

УДК 373.2

Воздействие развлекательных телевизионных программ на современную молодежь

Красноусова Инна Константиновна, студентка 1 курса магистратуры,
направление «Медиаобразование»

Статья рассматривает виды воздействия современного телевизионного контента на молодежь. Проблеме негативного воздействия развлекательных телепрограмм, которые, по статистике, привлекают внимание большинства медиааудитории. Выявляет причины отсутствия интереса к существующим познавательным программам на телевидении.

Impact of entertainment tv programs on modern youth

Krasnousova Inna, Student of 1 Master's course, Media Education Direction

The Article examines the effects of modern television content on young people. The Problem of the negative impact of entertainment TV programs, which, according to statistics, attract the attention of most media audiences. Identifies the reasons for the lack of interest in existing cognitive programs on television.

Телевидение является неотъемлемой частью нашей жизни. Несмотря на то, что тенденции в современном обществе ведут к замещению телевизионного контента интернет ресурсами, телевидение у молодежи пользуется по-прежнему популярностью. В связи с этим возникают вопросы: Какое влияние оказывает телевидение на нынешнее подрастающее поколение? Что может вынести познавательного подросток из популярного телевизионного контента?

Прежде всего, стоит отметить, что телевидение, как мощный источник массовой коммуникации, способно влиять на общественное поведение, этические принципы, взаимоотношения между сверстниками, демографию, духовное и культурное развитие.

Обратимся к толкованию понятия «Массовая коммуникация» - это систематическое распределение информации (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) с целью утверждения духовных ценностей общества и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей [1, с. 136]. В результате можно сделать вывод, что культурные и нравственные ценности формируются с непосредственным участием той информации или тех данных, которые поступают к нам с «голубых экранов». Воздействуя на зрителя уже по своему определению.

В научной литературе встречается различные модели воздействия массовой коммуникации, по мнению американского исследователя Дженингса Брайанда одной из самых эффективных психологических моделей для описания непосредственного воздействия массовой коммуникации на индивида является модель Комстока. В соответствии с которой, «.. поведение персонажей телепередач может оказывать воздействие на поведение зрителя. Индивид обучается поведению, которое он видит на экране, и может перенимать его» [2, с. 27]. Из данного тезиса следует - неосознанно просматривая телеконтент, зритель проецирует на себя качества главного героя, будь то фильма или телепередачи, того героя, которому он сопереживает, сочувствует. И уже в зависимости от контекста телевизионного про-

екта, от того «главный герой» является положительным или отрицательным, какую мысль несет автор контента и какими способами он ее добивается можно разделить воздействие на позитивное и негативное.

Негативное воздействие массовой коммуникации на молодые семьи описывает в своих статьях профессор Ростовская Т.К. По ее словам, политика некоторых средств массовой информации способствует формированию в молодежной среде атмосферы вседозволенности, агрессивности, нравственной безответственности, что ведет к духовно-нравственному кризису [3, с. 43].

Данное мнение поддерживает Сулакцин С.С. в своих научных работах. Он говорит о том, что «современные идеи, продвигаемые в информационном пространстве, в значительной степени оказали воздействие на сознание молодежи, как обладающей меньшей психологической устойчивостью и гибким нравственным стержнем, и поэтому в первую очередь подпадающей под их действие» [4]. Автор приводит статистику по молодежи, не достигшей 18 лет. «Число «высокоактивных» потребителей экранного насилия среди мальчиков составляет 62%, среди девочек — 50%. Это означает, что совсем в юном возрасте, еще до созревания личности, у детей под воздействием телевидения формируется идеология потребления и прожигания жизни, они становятся более агрессивными, жестокими и развращенными» [4].

По данным другого источника, «американские дети, сидя перед телевизором в среднем по 3 часа в день, за год успевают увидеть около 14 тысяч сцен, связанных с сексом, а к окончанию восьмилетней школы - около 8 тысяч убийств» [5, с. 247]. В России же эта цифра намного выше. Криминальные телепередачи имеют высокий рейтинг на нашем телевидении. Например, «Экстрасенсы ведут расследование» (ТНТ), ЧП. Расследование (НТВ) и пр.

Проблема в том, что молодежь не выбирает сама себе эти эфиры, подростки смотрят то же, что их родители. Поэтому, в современном мире, несмотря

на поправки в законодательстве, и маркировании телевизионного контента по сути даже не ребенок, а его родители выбирают телепрограмму, которую в итоге «поглощает» их чадо.

«Специалисты в области профилактики подростковых суицидов, говорят об "Эффекте Вертера" (после опубликования "Страданий юного Вертера" Гёте по Европе прокатилась волна суицидов молодых людей, прочитавших это произведение). Известно, что яркая фиксация (а в фильме она такова) внимание юного зрителя, слушателя, читателя на подобных суицидах подталкивает подростка к определенному решению почти всегда существующих у него трудностей." [6, с. 52]

Не стоит делать выводы о том, что редкий просмотр «негативного» телевидения категорически изменит отношение подростка к миру, его идеологию и культуру поведения. Тем более, что всегда есть выбор, просоциальные программы разной направленности так же имеют место быть. По результатам эксперимента Сюзан Хирольд, на основе статистических данных 108 исследований, в которых сравнивалось воздействие просоциальных и нейтральных программ было обнаружено, что "если зритель просматривал просоциальные программы вместо нейтральных, то уровень просоциальности его поведения возрастал (по крайней мере, временно) с 50% до 74%, то есть его можно было уже назвать настоящим альтруистом. [7, с. 68]

Пример просоциальной программы - "Галелео" на телеканале СТС, прототип немецкой программы с аналогичным названием, несет в себе воспитательную и познавательную функцию. Программа сразу привлекла массу зрителей и положительных отзывов. Тележурнал стал интересен людям разных возрастов, разного уровня образования.

Телепередача "Самый умный" с Тиной Кандаке, на телеканале СТС, где дети отвечают на вопросы совершенно из различных областей, показывая не

дюжие умственные способности, демонстрируют эрудицию и целеустремленность. Для подрастающего поколения - это достойный пример, как здорово быть начитанным, любознательным. Шоу - победитель премии "ТЭФИ", который являлся адаптацией британского телепроекта закрыли в 2012 году. Схожий проект появился на телеканале «Россия-Культура» в 2019 году, под названием «Гений», участниками которой стали люди различных возрастов, отобранные со всей России, за свои не дюжие умственные способности.

Телеканал НСК 49 так же старается привлечь своего юного зрителя научной программой "опытный участок", она близка по смыслу шоу "Галилео", но ограничена проведением только физических и химических опытов.

Отдельное внимание заслуживает телепроект Дмитрия Петрова «Полиглот», который выходил на канале «Культура», где автор обучает иностранному языку за 16 уроков, утверждая, что это вполне возможно. И действительно, уникальная методика работает.

Канал НТВ, несмотря на то, что ориентирован на взрослую аудиторию, выпускает программы для детей и подростков образовательной и воспитательной направленности, объединив их в группу «Познавательное»: «Мальцева», «Мы и наука, наука и мы». «Кто в доме хозяин?» - программа о взаимоотношениях и любви к животным, полезные советы от кинологов и зоологов по дрессировке, уходу. Хочу эту программу выделить среди остальных, потому как взаимоотношения с животными учат ответственности перед «братьями нашими меньшими», самоорганизации и дисциплине.

Большинство тех телепроектов, о которых было сказано выше, не выходят в эфир. Что же смотрит сегодня молодёжь? С кого берет пример?

Обратимся к статистике, предоставленной компанией Mediascope [8] – Таблица 1.

Таблица 1 - **Mediascope TV Index**. Регион исследования: Россия. Население городов с численностью жителей от 100 000 человек в возрасте от 4 лет и старше. Среднесуточная аудитория. Период: 07.01.2019-13.01.2019 [9]

Телеканал	Доля, (возраст 4-17л.)	Телеканал	Доля, (возраст 18-54)
Карусель	19,1	СТС	8,5
КАНАЛ DISNEY	9,7	Первый канал	8,3
СТС	8,9	ТНТ	7,8
Мульт	8,0	Россия 1	7,2
ТНТ	5,3	РЕН ТВ	6,6

Существует множество различных систем определения возрастных рамок понятия «молодежь», мы же обратимся к отечественной социологии, где нижняя возрастная граница молодежи определяется между 14-16 годами, а верхняя – между 25-29. [10]

Рассмотрим таблицу 1. Телеканалы «Карусель», «Disney» и «Мульт», ориентированы на детей, возраст которых менее 14 лет, они не попадают в возрастную градацию «Молодежи». Телеканалы же СТС и ТНТ по данной статистике заслуживают отдельного внимания, они имеют большую долю, и позиционируют себя как молодежные.

Остановлюсь на ТНТ – это развлекательный канал, целевая аудитория – граждане в возрасте от 18 до 30 лет.

Телеканал предоставляет развлекательный контент – это телепередачи, шоу, скетчи, реалити-шоу, сериалы собственного производства. В 2018 году канал отказался от показа полнометражных фильмов, обосновывая это тем, что рейтинги на шоу выше, тем более в нынешнее время скачать и посмотреть фильмы не составляет труда в сети интернет.

Исследователь Виктор Власов в своей статье, посвященной проблемам телевидения о канале высказывается так: "Канал "ТНТ" неплохой - часто выступают на нем "Гламурные" мужчины и женщины,

обсуждая соседей и себя любимых, в сопоставлении конечно. Между "Камеди клабом" и повтором прошлого сезона "Интернов" с дерганным и бесноватым Иваном Охлобыстиным показывают этот самый гламур - комики из шоу рекламируют бытовую технику, актеры из многосерийного фильма - одежду. И если у вас нет "того, что у них", то вы - неудачник, и вас, мягко говоря, не оценят соседи. Причем стереотипы идут впереди здравого смысла. Если технику рекламирует молодая актриса блондинка из "Универа", то она должна быть глупой." [11]

50% всего эфирного времени занимает шоу «Дом-2» и другие шоу с участниками проекта.

Шоу «Дом 2», «Дом 2 после заката», «Бузова против Бородиной».

Еще в 2008 году группа родителей из всероссийского родительского комитета подала в суд на "ТНТ-Телесеть" в связи с тем, что реалити-шоу "Дом-2", по их мнению, оказывало разрушающее воздействие на психическое здоровье детей. Прокуратура потребовала изменить время трансляции программы, а также привлечь виновных в нарушении закона к дисциплинарной ответственности. Но требование надзорного ведомства, в частности по переносу трансляции только в ночное время, так и не были выполнены, а спор продолжается в суде.» [12]

В итоге в программе передач мы видим «вечное» шоу – Дом-2.

Шоу «Битва экстрасенсов». Одно из самых обсуждаемых программ в сети интернет. Что же это? Правда или постановочное шоу? Одним из самых распространенных заданий, которые дают ведущие своим подопечным – рассказать и показать, где и при каких условиях произошло то или иное убийство. Смакуя каждым словом «экстрасенс» выкладывает мельчайшие подробности происшествия. На экране этот монолог сопровождается картинками в темных тонах, похоронной музыкой, становится так жутко, что, кажется сейчас, в окно влетит настоящее привидение. Сильное психологическое воздействие на зрителя. Ребенок же от просмотра такой передачи может получить психологическую травму. Время вещания передачи – дневное, доступное для любого желающего. По данным 2014 года компании Mediascore «Битва экстрасенсов» долгое время была лидером среди программ на канале ТНТ.

«СашаТаня» - добрый, семейный сериал. Это своеобразное продолжение ситкома «Универ». Семейная пара, бывшие студенты, маленький ребенок, съемная квартира в Москве – очень напоминает среднестатистическую семейную пару. Саша и Таня – скромные люди, несмотря на это тема секса поднимается часто, БДСМ, групповая любовь, сексуальные извращения. Авторы не показывают таких сцен, но намеки и подтекст прослеживается постоянно.

В то же время телеканал активно развивает творческие шоу, которые несут в себе культурную функцию, заставляют включать логику, аналитические способности (Шоу «Где логика?»). Проповедуют любовь к музыке, к искусству танца, демонстрируют упорство, желание достигнуть высоких целей («Танцы на ТНТ», «Песни»). Такие телепрограммы

заряжают желанием подражать, научиться, попробовать самому. Новые творческие шоу «Танцы на ТНТ» и «Песни на ТНТ» - несут позитивную мысль в сознание подростка: делай то, что любишь, делай не как все, самовыражайся. Участники демонстрируют дружескую атмосферу творчества, упорство и труд, призывая в свои ряды.

Подводя итоги анализа современного молодежного телевидения, хочется отметить, что развивающие, научно-познавательные программы есть на экранах, несмотря на то, что некоторые популярные шоу уходят, на их смену приходят не менее интересные программы, заслуживающие внимания, но, к сожалению, они не пользуются такой популярностью как развлекательный телевизионный контент. По моему мнению, большинство познавательных программ не отвечают на вопросы, которые задает подросток, не соответствуют их реальным потребностям. Молодые люди, чей возраст в промежутке от 15 до 25 лет, уже выросли из детских образовательных программ, и в то же время еще не всех интересует политика, они по-прежнему восприимчивы к воздействию негатива и агрессии. На экранах тяжело найти контент, направленный на помощь в профориентации, психологической поддержки, самореализации, ответы на вопросы, связанные с созданием семьи. Некачественный развлекательный программы навязывает стереотипы и ложные ценности. В результате получаем новые проблемы уже на уровне общества, проблема демографии, культуры и пр.

Для сепарации нежелательного контента необходим социальный и федеральный контроль качества телепрограмм.

Для реализации программы контроля качества необходимо привлечение кадров и технологий образовательного производства. Так же необходимо освоение опыта западного телевидения, изучение методик создания контента, заимствования и адаптации опыта с учетом российских особенностей современной молодежной медиааудитории. Привлечение психологов и педагогов необходимо на стадии проектирования и разработки телепроектов, потому как, именно на этих этапах важно учесть возрастную группу медиааудитории, особенность развития, поведения, проблемы поколения. Заложить необходимую функцию. В зависимости от возрастной группы, на которую ориентирован контент, важно время выхода телепрограммы в эфир. При производстве контента необходимо проведение исследований аудитории, определение актуальных вопросов, проблем, ситуаций, которые были бы интересны и необходимы. Опросы, анкетирования, задания помогут понять, что волнует молодежь сейчас. Требуется внесение дополнений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию», в ключе ужесточения контроля его исполнения.

Одним из предложений по развитию молодежного телевидения может стать дотации и конкурсы на государственном уровне. Которые помогут привлечь заинтересованных специалистов, создать здоровую конкуренцию и возможность реализовать свои знания и умения.

Литература:

1. Педагогический энциклопедический словарь / под ред. Б. М. Бим-Бад. М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. 528 с.
2. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ./Издательский дом Вильяме, 2004. 432 с.
3. Ростовская Т.К., Ростовская Н.А. Роль массовой коммуникации в социализации молодежи и молодых семей // Информационное сообщество и СМИ. 2014. №2. С. 43-48
4. Сулакшин С. С. Нравственность российского общества и факторы влияния (интернет, телевидение) / Политика и общество. 2014. №9. URL: <http://rusrand.ru/analytics/nravstvennost-rossijskogo-obschestva-i-factory-vlijaniya-internet-televidenie>
5. Козлова Л. Осторожно: включён телевизор // Народное образование. 2006. №9. С. 246-250
6. Остапенко А. Как разговаривать с подростками о добре и зле? // Педагогическая техника 2013. №3. С. 51-58).
7. Майерс Д. Социальная психология. Интенсивный курс. URL: <http://mirznanii.com/a/204318-68/sotsialnaya-psikhologiya-intensivnyy-kurs-d-mayers-68>
8. Mediascope [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mediascope.net/>, свободный. – (дата обращения 27.03.2019)
9. Захаров И. Рейтинг телеканалов России 2019 по популярности [электронный ресурс]. - <https://basetop.ru/rejting-telekanalov-rossii-2019-po-populyarnosti/>, свободный. – (дата обращения 30.03.2019)
10. Социология молодежи. Энциклопедический словарь / Отв. ред. Ю.А. Зубок, В.И. Чупров. - М: Academia. - 2008. - С. 267 - 269
11. Власов В. Когда включаю телевизор, выключаюсь // Общероссийский молодежный журнал. 2016. №16(130). С. 30-32.
12. Полетаев В. Дом 2 снова в суде / Российская газета – Федеральный выпуск. 2012. №274. URL: <https://rg.ru/2012/11/27/dom-site.html>