

**Н. В. Шохинд,**

Высшая школа экономики, магистрант

Научный руководитель к. соц. н., проф. А. В. Шариков

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ДЕТСКИХ ТЕЛЕКАНАЛОВ РОССИИ И ГЕРМАНИИ

Телевидение назвали любимцем XX века. Его роль в жизни людей трудно переоценить. Оно снабжает аудиторию новой информацией, знакомит с известными и малоизвестными людьми, предлагает образцы поведения, которым та стремится соответствовать, формирует новые потребности, показывает пути удовлетворения желаний. Для большинства российских людей сегодня эфирное телевидение — общедоступный источник информации. Следовательно, телевидение в России в наши дни является фактором культурной и национальной целостности.

Детская аудитория не исключение: телевидение стало неотъемлемой частью жизни современных детей. Оно вызывает интерес, даже у малышей, и оказывает на них, по мнению психологов (Кураев, Г. А. *Возрастная психология* / Г. А. Кураев, Е. Н. Пожарская. — Ростов н/Д, 2002. С. 47), существенное влияние. Чтобы усилить позитивное развивающее воздействие, многие современные телепрограммы строятся с учетом научных исследований детской психологии.

Последние годы детское телевидение переживает противоречивые процессы. С одной стороны, можно отметить уменьшение количества детских передач на федеральных каналах, в том числе сужение их тематического спектра, возрастных характеристик, однообразие жанровых форм и т. д. С другой стороны, можно отметить и определеннный подъем: совершенствуется технологический процесс создания телепродукта, улучшаются технические характеристики передачи сигнала, на телевидении применяются современные мультимедийные технологии, наконец, появляются специализированные каналы для детей («Карусель», «Детский мир», «Улыб-

ка ребенка» и т. д.), которые 24 часа в день демонстрируют телевизионные программы, фильмы, мультфильмы. В России существует 6 таких каналов собственного производства и 9 иностранных телеканалов, переведенных на русский язык. Охват детской аудитории — от 6 до 12 лет. В основном детские телеканалы вещают через спутник или по кабельным сетям, таким образом они доступны не всем семьям.

Тенденция к специализированным каналам отмечается во всем мире, например, Disney, выпускает телеканалы для разных возрастных групп. Начиная от детей до 3-лет и заканчивая детьми подросткового возраста, в Германии существует четыре телеканала собственного производства и 9 иностранных телеканалов для детей. Можно говорить об установке на целевую аудиторию как о тенденции современного информационного процесса, использующего маркетинговые технологии в сфере духовного потребления, об экономической эффективности сегментации аудитории. Однако транслируя эти приемы на детскую аудиторию, нужно поднимать критерии социальной ответственности телевещателей и избегать любых рисков, касающихся будущего нации.

Главная особенность детских телеканалов заключается в том, что они в свою сетку вещания включают программы, как для самых маленьких, так и для детей подросткового возраста. Это значит, что все рекомендации и разработки психологов отступают перед соображениями экономической целесообразности, диктуемой создателями передач, рассчитанные сразу на несколько возрастных групп. В результате младшие получают опережающую их уровень понимания информацию, а старшие либо инфантилизированы, либо ТВ их терзает как заинтересованного зрителя.

Пока не наступила эра цифрового ТВ, многие дети, проживающие там, где нет возможности принимать специальные детские каналы, смотрят взрослые передачи на федеральных каналах. Это отдельная проблема, которую нужно сообща рассматривать телевещателям, педагогам, психологам и чиновникам специального профиля.