

и настроениям членов общества, а также закономерностей общественного развития.

Телевидение, как известно, один из лидирующих акторов идеологического процесса. Качественный признак телевидения – идейное содержание программ, выражение в них интересов и устремлений людей и власти, участие в деятельности телевидения политиков, чиновников.

В силу этого особую важность приобретает изучение ценностных ориентаций журналистов, и в первую очередь ориентаций общественно-политических, а также осознанности и последовательности отражения ценностей в создаваемых ими текстах, в формировании медиаповестки дня или сезона.

Идеология пронизывает весь телевизионный эфир. Выпуски новостей – это конечно же идеологический продукт. Различные каналы трактуют события в зависимости от их идейно-творческой концепции. Экономические новости – это тоже идеология. Кинопоказ также представляет область идеологического процесса: можно транслировать мастер-классы по бандитизму, сказки о Золушках или фильмы о патриотизме, хороших, добрых отношениях между людьми, честности, порядочности. Даже музыка, разнообразные «смешные» ток-шоу – несут в себе идеологический аспект.

Отечественное телевидение не в полной мере осознает эти положения. Журналисты поверхностно освещают процессы, происходящие в обществе, люди мало осведомлены о том, какие решения и почему принимает власть. В этом доля недоработки и чиновников, которые не желают афишировать деятельность властных структур с помощью телеэфира. Таким образом, приходим к выводу: в теории идеология сама по себе, а в житейской практике и телеэфире – сама по себе.

**Оксана Борисевич**

*Академия последипломного образования (Беларусь)*

## **ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ ЗА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНОЙ СИСТЕМЫ ЮНЫХ ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ**

Забывшие ценности, и в частности ценности белорусского народа, уже в ближайшем будущем могут привести к неисправимым негативным социокультурным последствиям. Об этом свидетельствуют многочисленные научные исследования российских и белорусских ученых за

последние тридцать лет. Анализ проблемы показал, что переориентация людей на личностные, эгоистичные, материальные ценности, являющаяся следствием распада «великой державы» (СССР), привела к категорическому отказу от коллективистских ценностей (направленных на людей, на взаимопомощь, взаимовыручку и поддержку).

Особенно негативно экономический кризис отразился на ценностной системе детей. Речь идет не только о современных детях, но и об их родителях, которые в то время были детьми. Тяжелая адаптация к новым условиям жизни привела не только к ценностной переориентации (*с ценности семьи с детьми на отказ от семьи и детей, на карьеру*), но и к трансформациям в ценностных выборах детей. Если подрастающие мужчины верны маскулинным ценностям (*надежный, смелый, самостоятельный*), то девочки отвергают женские ценности (*покорная, кроткая, добрая, подчиняющаяся обстоятельствам, верующая, принимающая свою участь, заботящаяся о своей репутации, исполнительная*), отдавая предпочтение мужским (*полезная для других, работающая на благо других, успешная, заслуживающая доверия, смелая*).

Поскольку «детское вещание входит в разряд социально значимых», а «его цель – всестороннее воспитание, образование, развитие мировоззрения, социализация подрастающего поколения» [Цит. по: 1, с. 285, 287], то именно на плечи национального детского телевидения ложится очень «тяжкий груз» – *формирование ценностной системы юных телезрителей посредством создания телепередач на белорусском и русском языках, транслирующих духовные ценности и традиции белорусского народа*.

Отметим, что сегодня нельзя однозначно утверждать, что национальным детским телевидением не выполняются надлежащие функции (*идеологическая, духовная, культурно-просветительская, эстетическая, информационная, рекреативная, ценностно-ориентированная, образовательная, воспитательная, развлекательная функции и функция социализации*). Однако, ввиду отсутствия требуемого количества детского телепродукта, рассчитанного на разновозрастную юную телеаудиторию, эти функции все же не выполняются в полном объеме. В результате дети бесконтрольно смотрят передачи, фильмы для взрослых (ТВ, Интернет), что негативно сказывается на их формирующихся ценностях. Сокращение же детского телепроизводства лишь провоцирует усиление интереса детей к телепродукту, контент которого предназначен взрослым телезрителям.

К примеру, в 2013 г. Общенациональным ТВ было выпущено только 2 телепроекта на т/к «Беларусь 3» (ранее «Беларусь 2»): для молодежи

(школьники – студенты) – «Завтра – это мы!» и для детей (дошкольники – младшие школьники) – «Дабраранак», в 2014 г. – 2 телепередачи для молодежи на т/к «Беларусь 2» – «Кипяток» (с 20 апреля 2014) и «Перезагрузка» (с 10 февраля 2014). **Хорошим приложением к национальному детскому ТВ стал российский детский научно-популярный тележурнал «Хочу все знать!», транслируемый на т/к «Беларусь 3» в 2009 г. и с 2013 г. по сей день.**

Наблюдается негативная тенденция в объеме детского телевидения. (Несмотря на появление новых проектов, телепередач для юных зрителей по-прежнему мало.) Так, с 1 по 7 сентября 2014 г. он составил на т/к «Беларусь 2» 3 % от общего объема вещания в неделю (с учетом молодежных т/п – 4 %), а на т/к «Беларусь 3» – 6 % (для сравнения: в апреле 2011 г. – 9 %, в январе 2012 г. – 3 % [2, с. 62]; с 21 по 27 апреля 2014 г. – 9 %: т/к «Беларусь 2» (9 %) и т/к «Беларусь 3» (9 %) с учетом молодежных т/п). Помимо этого, анализ программ телепередач по обоим т/к показал, что ежедневное вещание для детей часто не достигает 1 часа! Недостаточно передач для детей в выходные (т/к «Беларусь 2»: в субботу – мультсериал «Клуб Винкс. Школа волшебниц» (45 мин), в воскресенье – худ/фильм-сказка (1ч 45 мин) и «Клуб Винкс» (75 мин); т/к «Беларусь 3»: в субботу – «Завтра – это мы!» (30 мин) и «Калыханка» (15 мин), в воскресенье – только «Калыханка»). Сужение тематической и возрастной направленности детского телепродукта препятствует развитию детей и лишает их выбора относительно того, что смотреть.

Также отметим, что контент этих каналов очень отличается. Т/к «Беларусь 2» предлагает молодежные передачи и мультсериал. Если молодежные проекты отчасти поднимают ценностную проблематику, вопросы осмысления жизни, то мультфильмы явно противоречат ценностям и менталитету нашей нации (для сравнения: в апреле 2014 г. «Клуб Винкс. Школа волшебниц» транслировался 50–75 мин/день 7 раз в неделю, «Человек-паук-3» – 150 мин/день одноразово). Особенно пугает объем трансляции внушаемого девочкам образов «Винкс» и ее подруг (апрель – 8 ч/неделю, сентябрь – 2 ч/неделю). А т/к «Беларусь 3» ориентирован на возрождение национальной культуры и традиций, на обучение белорусскому языку, на трансляцию передач на родном языке и детских художественных и мультипликационных фильмов, направленных на развитие маленьких зрителей посредством сказочных архетипических образов.

Тем не менее на Общенациональном ТВ *нет своих научно-популярных, учебно-образовательных, развивающих, спортивных, литературных, музыкально-образовательных, культурно-просветительских,*

патрыятычных перадач для дзяцей. Мало программ для младших школьников. Нет передач для подростков. А ведь именно в этом возрасте происходит сильнейшая переоценка ценностей! Закрыто много отличных телепроектов («Не зевай!», «Вас вызывает Спортландия», «Своя компания», «Бухта капитанов», «Наша пятерочка», «Нескучный глобус»)!

Таким образом, дефицит детского телепродукта очевиден. Конечно, современные дети, помимо Общенационального ТВ, смотрят еще детские телеканалы и телепродукцию в Интернете. При этом многие родители ошибочно полагают, что все детские каналы хороши. Однако ни один из таких зарубежных коммерческих телеканалов не привьет детям ценности, свойственные белорусам. Несомненно, некоторые из телеканалов наполнены «добрым» контентом (Карусель, Мультимания, Детский, Детский мир, TiJi, Disney Channel, Nick Junior, JimJam, Gulli), однако все это «доброе» заполняет ценностную нишу в сознании наших детей, препятствуя развитию их национальной идентичности и самосознания, а в перспективе – снижая возможности транслировать духовные ценности новым поколениям.

#### *Літэратура*

1. Борисевич, О.А. Духовное возрождение детского телевидения на канале «ЛАД» (Беларусь 2) / О.А. Борисевич // Жыццём і словам прысягаючы...: да 90-годдзя заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. Міхася Яўгенавіча Цікоцкага: зб. навук. прац / пад агул. рэд. д-ра філал. навук праф. В.І. Іўчанкава. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2012. – С. 56–63.
2. Кузнецов, Г.В. Телевизионная журналистика: учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. / Г.В. Кузнецов; редкол.: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005. – 368 с.

**Вячеслав Булацкий**

*Белорусский государственный университет*

## **НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ ДИСЦИПЛИН**

1. Существуют несколько взглядов на задачи журналистского образования:

а) журналистами становятся после окончания вуза; задача университета – подготовить эрудированного молодого человека, владеющего знаниями в различных сферах;