

ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛОРУССКОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ

Анализируются общие принципы функционирования национального детского телевидения, его жанровое разнообразие, особенности производства телепередач для детей с позиции комплексного подхода. Указывается, что наметились негативные тенденции в работе белорусского детского телевидения.

The general principles of operation of a national children's television, its genre diversity, especially the production of television programs for children from the perspective of an integrated approach are analyzed. Negative tendencies in the work of Belarusian children's television have emerged.

Комплексное изучение истории детского телевидения Беларуси как социально значимого представляется крайне необходимым. Накопленный более чем за полвека творческий опыт производства качественного детского телепродукта из-за сложившегося кризиса сегодня практически не используется, национальных передач для детей недостаточно. К сожалению, нет программного документа государственного значения, отражающего цели, задачи, пути развития телевизионного вещания для детей и юношества.

Бессистемный характер работы детского телевидения приводит к негативным последствиям. Об этом свидетельствуют результаты исследований психологов и социологов как в Беларуси, так и на постсоветском пространстве, анализирующие влияние телевидения на юных зрителей. Резкое сужение тематики передач, их жанровое однообразие, исчезновение программ для целых возрастных групп, малое количество образовательных и культурно-просветительских передач препятствуют полноценному духовно-нравственному развитию детей.

Более половины объема детского телепоказа в мире принадлежит американскому и японскому анимационному кино. Зарубежная продукция, транслируемая детскими телеканалами, ведет к забвению традиций и ценностей отечественной культуры, к утрате преемственности в этой сфере. Мизерный объем детских программ, представленный отечественным телевидением, провоцирует просмотр детьми взрослых телепередач и художественных фильмов, пропагандирующих имморальное поведение.

Время детского эфира определяется не потребностями аудитории, а пожеланиями рекламодателей, при размещении программ в сетке вещания не учитывается структура детского распорядка дня. Практически утрачен богатейший творческий опыт детского телепроизводства.

Анализ показал, что не существует последовательного целостного изложения становления детского телевидения в нашей стране. Основываясь на результатах научных трудов как отечественных, так и зарубежных ученых (Б. Б. Перковского, Н. Т. Фрольцовой, О. Ф. Нечай, О. А. Медведевой, Э. Р. Мельникова, В. С. Архипцевой; Г. В. Кузнецова, С. А. Муратова, А. Я. Юровского, А. П. Гаврилюк, А. Л. Голуб и др.), тщательном исследовании интереснейших белорусских детских телепрограмм, сравнительной оценке документов и статистических данных, опубликованных в специальной литературе, и была предложена современная версия периодизации детского телевидения за все время существования с описанием функции жанрово-тематической характеристики каждого этапа развития.

Детская программа – это система направленных программ, адресованных зрителям дошкольного, младшего школьного, подросткового и юношеского возраста (Кузнецов 2005, 285–287). Поскольку детское телевидение является социально значимым, его главной целью становится воспитание, образование и социализация подрастающего поколения.

Телепрограмма для детей, как указывает О. Ф. Нечай, имеет ряд черт, связанных с условиями ее функционирования в обществе: полифункциональность, однонаправленность информации, вариативность выбора программы для просмотра (см. Нечай 1979). Исследователи выделяют следующие функции детского телевидения: 1) информационно-коммуникативную, социально-воспитательную, эстетическую, агитационно-пропагандистскую, общения (см. Фрольцова 1977, 19, 33, 47); 2) идеологическую, информативную, нравственно-этическую, воспитательную, образовательную, эстетическую, коммуникативную (см. Нечай 1979, 2); 3) информационную, культурно-просветительскую, интегративную, социально-педагогическую (управляющую), организаторскую, образовательную, рекреативную (см. Кузнецов 2005, 40–52).

Со своей стороны считаем необходимым отметить функции национального детского телевидения: идеологическую, духовную, культурно-просветительскую, эстетическую, ценностно-ориентированную, образовательную, воспитательную, информационную, развлекательную и функцию социализации (см. Барысевиц 2009). Лишь учитывая функции детского телевидения, можно создавать качественный телепродукт. Знание их и потенциальных возможностей детского телевидения необходимо тележурналисту для определения цели своей работы, прогнозирования результатов аудиовизуального воздействия на детскую зрительскую аудиторию.

Современная версия периодизации детского телевидения следующая: 1) советский период (1956–1991 гг.); 2) рубеж XX–XXI вв. (1991–2011 гг.). Надо отметить, что практика телевизионного творчества с 1956 г. по 2000-й год дала яркие примеры становления многообразных жанров документально-художественного, аналитического и информационно-публицистического телевидения для детей.

Советское телевидение духовно обогащало личность ребенка, формировало его мировоззрение, воспитывало. Происходили трансформация, синтез традиционных жанров и рождение новых телевизионных образований: телебалет, телеопера, телевизионный фильм-концерт, музыкальные передачи, телеконкурсы и фестивали.

Многочисленные передачи для детей свидетельствовали об интересных творческих решениях, отображающих действительность. В их подготовке закладывались условия, при которых реальный факт в кадре преобразовывался в художественный образ, а передача поднималась до художественного уровня, образного постижения материала, что показано в исследовании Н. Т. Фрольцовой (см. Фрольцова 1977).

Для многих детей голубой экран был первым учителем. Телевидение расширяло круг знакомств детей с литературой, которая приходила на экран в таких телевизионных жанрах, как: литературный театр, литературные беседы, чтения, вечера поэзии. Лейтмотив передачи – значение литературы и искусства для воспитания высоких нравственных качеств (Нечай 1979, 31–35).

Развивалось документально-художественное вещание, отличающееся смелыми поисками и разработкой новых жанровых форм в организации документального жизненного материала. В информационно-хроникальных программах и теледокументалистике применялись «разговорные» жанры, раскрывающие личностные качества участников дискуссионных передач-циклов для подростков («Падлетак побач з табой», «Давайце абмяркуем!», «Сто тысяч «чому?»», «Юнацтва ў дарозе»). Структура теледискуссии предполагала существование жанровой формы в каждом сюжете. Все они подчинялись главной теме: показать юного современника во всей его многогранности. На телеэкране типизировался образ формирующейся личности. Комментарий ведущего являлся важным жанровым элементом. Использование живой речи в контексте детских телепередач помогало документальному телевидению разнообразить формы вещания. Информация приобретала визуальность и одновременно персонифицировалась (см. Фрольцова 1977).

С 1987 г. Главная редакция телепрограмм для детей Белорусского телевидения выходит на регулярные контакты с разными зрительскими группами. Так, ее заведующий Б. И. Герстен отмечал, что *работа редакции строилась соответственно возрастным градациям, которые образуют совершенно различные аудитории: передача для самых маленьких – «Калыханка», для детей-дошколят – «Літарынка», для школьников младшего возраста – «О тебе и для тебя», для старшего школьного возраста – «Вечар – разам». Для каждого возраста создавались типовые программы: образовательные, развивающие, развлекательные* (Мельнікаў 1989, 53).

Советское телевидение для юной аудитории становилось стимулом практической работы детских коллективов, в процессе которой происходило воспитание трудолюбия, патриотизма, взаимовыручки, развивались способности ребенка к творчеству. Детское телевидение не просто обучало, а приводило визуальные примеры. *Ребенка ничему не научишь, если не сможешь заразить его желанием быть таким же, как девочки и мальчики – участники передачи. Подготавливая программу, работники редакции всегда ставили конкретную цель: передача «Вечар – разам» содействовала духовному сближению родителей и детей, «Вас выклікае Спартландыя» показывала детям положительный пример здорового образа жизни* (Мельнікаў 1989, 54). По мнению создателей детского телевидения, ясное целеполагание – основной принцип создания любой передачи. И как следствие, за пределами голубого экрана начиналась активная деятельность детей, воодушевленных увиденным, услышанным и прочувствованным.

Белорусское телевидение было всецело обращено к детской аудитории. У детских коллективов был стимул к практической работе, в процессе которой происходило воспитание морали и духовных качеств, развивались способности к творчеству. Национальное детское телевидение активно выступало в роли наставника. Создавались передачи, обращенные к внутреннему миру юных зрителей, такие как дискуссионные и пионерские клубы, ежемесячные тележурналы для пионеров, киножурналы, аналитические циклы для школьников, телеклубы, массовые детские фестивали, телеспектакли (см. Плавник 1989).

В Главной редакции телепрограмм для детей широко практиковались обменные передачи с телеканалами союзных республик, участие в тематических межреспубликанских конкурсах профессионального мастерства. Это стимулировало приток и творческий рост молодых специалистов, способствовало укреплению связей телевидения с семьей и школой, придавало ему значение одного из важнейших институтов воспитания и образования (Фрольцова 2005, 8–9). К августу 1991 г. детское

телевещание представляло собой вполне сложившуюся производственно-творческую организацию, в деятельность которой входило создание разнообразных программных продуктов, включая документальные и художественные фильмы, спектакли, литературно-драматические и музыкальные композиции, спортивные конкурсы и игры, в целом отмеченные оригинальным поиском и художественным вкусом (см. Фрольцова 2008).

Во время перестройки были популярны информационные и аналитические жанры. Тележурналисты стремились к эффективной прямой связи с юным зрителем, добиваясь понимания детской психологии, выражая озабоченность проблемами воспитания и учебы, подтверждая верность желанию увлечь и развлечь ребят. Залогом искреннего и заинтересованного диалога выступал живой эфир как принципиальный способ углубления доверия между экраном и подростковой аудиторией. Задать самый высокий уровень общения было творческим кредо создателей детских передач. Так, 1990-е гг. стали периодом расцвета, взросления и приобретения творческого опыта. Характерен поиск новых художественных решений, жанровых форм. В это время были популярны телеигры, теледебаты, информационные, музыкальные, образовательные, просветительские программы; телеконкурсы, цикловые передачи, ток-шоу. Надо сказать, что при всех идеологических издержках советской системы белорусское детское телевидение активно развивалось.

Однако постсоветский период, насыщенный многими проблемами, привел к потере этого опыта. Преобладание информационного и развлекательного видов телепрограмм способствовало исчезновению литературно-драматического вещания, деформации музыкального вещания для детей и юношества.

К 2000 г. творческий потенциал детского телевидения в связи с изменением концепции белорусского телевидения был почти утерян. Коммерциализация «телевидения для взрослых» практически вытеснила программы для детей. Так, *на 1 января 2002 г. детское вещание, включая мультфильмы, на государственном телевидении Беларуси составило 2,75 %. А в программах регионального государственного и малоформатного негосударственного телевидения – 2,5 %* (Фрольцова 2003, 213–214). Для сравнения: *к началу 1991 г. продукция, адресованная детям, сегментированная по возрастным категориям, составляла около 25 % национального телевидения в месяц* (Фрольцова 2005, 8).

Анализ распределения оригинальных детских телепередач Гостелерадио БССР и общенациональных телеканалов по жанрам показал, что оно максимально выражено в 1980-е гг. (20 новых передач) и 1990-е гг. (25 передач), а минимально – в 1960-х гг. (3 передачи). Динамика развития детского телевидения за 55-летний период также свидетельствует о том, что его подъем приходится на 1990-е гг. Отметим, что акцент был сделан на цикловые телепередачи.

В 2000-е гг. жанрово-тематический компонент детского телевидения значительно оскудел. Было создано лишь 12 новых передач: 3 дискуссионных цикла, 2 развлекательно-познавательные цикловые передачи, постановочное ток-шоу, передача для самых маленьких, детский музыкальный телеконкурс песни, музыкально-развлекательная программа, психологическая телевизионная тест-игра, спортивно-игровое шоу, учебно-познавательная цикловая передача.

К 2011 г. из-за кризиса новые проекты были закрыты. Сегодня огромную роль в активизации детского телепроизводства играют региональные телекомпании. Они выполняют компенсаторную функцию в детском телевидении страны. По-прежнему учебно-образовательных, просветительских, научно-познавательных, литературных, музыкально-образовательных и прочих важных публицистических и художественных программ практически нет. Почти исчезли передачи, формирующие эстетический вкус, пропагандирующие национальную культуру, патриотизм, здоровый образ жизни.

Отметим четыре тенденции, наметившиеся в деятельности детского вещания начала XXI в.:

- 1) появилась компенсация в работе детского телевидения за счет активного включения региональных телекомпаний в процесс создания передач;
- 2) продолжается снижение количества выпускаемых в эфир новых детских телепередач общенациональными каналами;
- 3) в 2000-е гг. на общенациональном телевидении наметился процесс исчезновения жанрового разнообразия в создании детских телепередач;
- 4) в детском региональном телевидении наблюдается смещение жанров в сторону развлекательно-познавательного направления.

Таким образом, сегодня белорусское детское телевидение находится на пути к возрождению своей государственной значимости, ибо от этого зависит духовность нового поколения. Несмотря на высокие требования к уровню конкурентоспособности белорусского телеэфира, задача сохранения накопленного в детском телевидении опыта и увеличения объема национального телевидения для детей становится, как никогда, актуальной. В работе детского телевидения всегда существовала преемственность в нравственном, гуманном и эстетическом воспитании детей. «Голубой экран» всегда выступал в роли наставника: духовно обогащал личность ребенка, формировал его мировоззрение,

воспитывал. Сегодня важно сохранить ценный творческий опыт и активно внедрять его в систему аудиовизуальных СМИ Республики Беларусь, которые должны, наконец, обратиться лицом к тем, кто, на наш взгляд, больше всего в нем нуждается, – к нашим детям. Тем более что потребность в тесном контакте телевидения и юной аудитории очевидна. Тщательное изучение детских пожеланий поможет в создании новых, оригинальных, творческих, высокопрофессиональных, отличающихся жанровым разнообразием и высоким идейно-художественным уровнем телевизионных проектов. Деятельность детского телевидения Беларуси – фактор национальной безопасности государства.

ЛИТЕРАТУРА

- Барысеви́ч А. А. Детское телевидение – дело государственной важности // Слова ў кантэксте часу: да 80-годдзя доктара філалагічных навук, прафесара Аркадзя Іосіфавіча Наркевіча / Пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. Мінск, 2009. С. 72–81.
- Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика: Учеб. / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. 5-е изд., перераб. и доп. М., 2005.
- Мельнікаў Э. Р. Экран – глядач – экран: Дыялогі каля тэлевізара. Мінск, 1989.
- Нечай О. Ф. Большой мир малого экрана. Минск, 1979.
- Плавник А. А. История Белорусского телевидения / А. А. Плавник, Н. Т. Фрольцова, Л. Ф. Шилова: Учеб.-метод. пособие. В 2 ч. Минск, 1989. Ч. 2.
- Фрольцова Н. Т. «Взрослое» телевидение и дети // Журналістыка-2005: на скрыжаванні часу і прасторы: Матэрыялы 7-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 80-годдзю Беларускага радыё і 50-годдзю Беларускага тэлебачання. Мінск, 2005. Вып. 7. С. 8–9.
- Фрольцова Н. Т. Основные тенденции развития современного телевидения Республики Беларусь // Современная журналистика: Сб. науч. ст. Минск, 2008. С. 31–52.
- Фрольцова Н. Т. Телевидение: хроника, документ, образ. Минск, 1977.
- Фрольцова Н. Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации. Минск, 2003.

Поступила в редакцию 28.09.11.

Оксана Адамовна Борисевич – аспирантка ГУО «Академия последипломного образования». Научный руководитель – доктор психологических наук, профессор В. А. Янчук.

В. Н. ШЕИН, ЯН ЧЖИ

ТАКСОНОМИЧЕСКИЙ СТАТУС СМИ КИТАЯ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ

Показано, что в условиях рынка издание газет, журналов, вещательная деятельность в КНР во все большей степени становятся отраслями информационной индустрии, на которую в полной мере распространяются свойственные деловой деятельности требования и схемы производства, «привязанного» к потребностям рынка, а также стандарты эффективного менеджмента и маркетинга.

Under market conditions publication of newspapers, magazines, broadcasting activities in China are increasingly becoming branches of the information industry, which is fully subject to the requirements of typical business activities and schemes of production, «tied» to the needs of the market, as well as standards for the effective management and marketing.

До начала социально-экономических реформ в Китае СМИ функционировали только в качестве пропагандистского инструмента партии и государства. Финансирование выпуска газет, работы теле- и радиостанций полностью осуществлялось из бюджета государства. Однако с развитием преобразований в стране в плановую экономическую систему начинают вводиться элементы рыночного регулирования работы СМИ как центрального, так и регионального уровня. Многие газеты, теле- и радиостанции начинают использовать в своей работе принципы самокупаемости, выплачивая при этом немалые налоги в государственный бюджет, тем самым все больше ориентируясь на рынок, участвуя в процессах внутренней и внешней конкуренции, все значительнее уделяя внимание производству «ходовой» продукции. Таким образом, самокупаемость региональных СМИ становится важнейшим критерием их успешной деятельности. Для многих редакционных коллективов в определенной степени это было связано с получением денежных средств от производства рекламы, видео- и аудиокассет, заказных видеороликов, коммерческих телепередач.

В процессе нарастающей коммерциализации масс-медиа решающее значение приобретает экономическое регулирование деятельности журналистов и СМИ, осуществляемое в основном через рыночный механизм. Именно давление рынка во многом определяет приоритеты и «правила игры» средств массовой информации и журналистов, действующих в конкурентной среде. Переход редакций с государственного финансирования на получение доходов от рекламы потребовал коренной реструктуризации медиарынка: например, чтобы выдержать конкуренцию в борьбе за рекламодателей, вещательные компании вынуждены были входить в состав крупных медиагрупп или концернов.