

На правах рукописи

Реброва Александра Дмитриевна

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО КОНТЕНТА: РЕБЕНОК В
СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2025

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций филологического факультета
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Научный руководитель:

Гегелова Наталья Сергеевна, доктор филологических наук (10.01.10), доцент,
профессор кафедры массовых коммуникаций, филологический факультет, ФГАОУ ВО
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы».

Официальные оппоненты:

Шестерина Алла Михайловна, доктор филологических наук (10.01.10), профессор,
профессор кафедры журналистики и телевидения Высшей школы (факультета)
телевидения, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В.
Ломоносова».

Сумская Анна Сергеевна, доктор филологических наук (10.01.10), доцент, доцент
кафедры периодической печати и сетевых изданий Департамента «Факультет
журналистики», ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина.

Зверева Екатерина Анатольевна, доктор филологических наук (10.01.10), профессор,
профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью факультета
истории, политологии и журналистики, ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина».

Защита состоится «17» октября 2025 г. в 15:00 на заседании диссертационного совета ПДС
0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2, ауд. 730

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном
центре (Научной библиотеке) ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены на сайтах

<https://vak.minobrnauki.gov.ru/> и <https://www.rudn.ru/science/dissovet/>

Автореферат разослан «___» _____ 2025 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета ПДС 0500.007

кандидат филологических наук, доцент

Н.Е. Расторгуева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Внимание государства и общества к вопросам воспитания молодого поколения, в частности его младших представителей – детей и подростков, – отражено в принятых в первые десятилетия XXI века нормативно-правовых актах, содействующих защите прав и интересов детей и молодежи по созданию благоприятной среды для их развития и обучения. Среди этих документов обращают на себя внимание законы и постановления, ориентированные на обеспечение безопасности ребенка в связи с широким распространением негативной информации¹, на развитие воспитания молодого поколения², на создание детско-юношеских движений как условий для самореализации детей и подростков и подготовки к «полноценной жизни в обществе, включая формирование их мировоззрения на основе традиционных российских духовных и нравственных ценностей, традиций народов Российской Федерации, достижений российской и мировой культур»³. Реализация этих законодательных инициатив невозможна без привлечения медиаресурсов, в том числе телевидения, которое в последние годы утрачивает свои позиции эффективного инструмента воздействия на детскую и молодую аудиторию. Во многом тенденция утраты позиций телеканалов обусловлена интенсивным развитием интернет-ресурсов, которые создали серьезную конкуренцию и переместили фокус внимания значительной части юной аудитории в виртуальное информационное пространство, предоставляющее пользователю

¹ Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» от 29.12.2010 N 436-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/ (дата обращения: 20.05.2022);

² Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 N 996-р «Об утверждении “Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года”» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/ (дата обращения: 20.05.2022).

³ Федеральный закон от 14 июля 2022 г. № 261-ФЗ «О российском движении детей и молодежи» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/404892173/> (дата обращения: 23.09.2022).

значительную свободу в выборе источников получения сведений о мире.

Актуальность темы исследования обусловлена спецификой развития детского телевидения, которое, с одной стороны, вступает в конкурентные отношения с интернет-ресурсами, а с другой – интегрируется в интернет-пространство в качестве электронных версий телевизионных каналов и сетевых пабликов. Так, детский телеканал «Карусель» имеет сайт⁴, на котором размещен обширный контент, включающий в себя как актуальный, так и архивный материал, доступный для просмотра, канал на YouTube⁵ и аккаунт в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники»⁶. Кроме того, телевизионные каналы сегодня размещают свои передачи на различных стриминговых сервисах⁷, получивших широкое распространение и пользующихся большой популярностью у зрителей разного возраста, среди которых дети и подростки. Безусловно, детский сегмент влияет на системные изменения всей медиаиндустрии, в частности на разработку разных форм контента и инструментов его представления, например, у детского медиапотребления появляются новые признаки: мультиэкранность и диджитализация, то есть традиционный просмотр телевизора детская аудитория всё чаще дополняет просмотрами телепрограмм и других видео с помощью гаджетов через интернет. Таким образом, представляется актуальным рассмотрение особенностей медиапотребления детьми как

⁴ Телеканал Карусель – официальный сайт – смотреть детские передачи бесплатно в хорошем качестве [Электронный ресурс]. URL: <https://www.karusel-tv.ru/> (дата обращения: 25.05.2022).

⁵ Телеканал Карусель Россия – YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCnMAI7B6FvIDV-sWdrjdH6A> (дата обращения: 25.05.2022).

⁶ Канал «Карусель» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/tvkarusel> (дата обращения: 25.05.2022); Карусель Группа на OK.ru Вступай, читай, общайся в Одноклассниках! [Электронный ресурс]. URL: <https://ok.ru/karuseltv> (дата обращения: 15.05.2022).

⁷ См. например «Карусель» на Кинопоиске: Смотреть каналы и ТВ программы онлайн на Кинопоиске [Электронный ресурс]. URL: <https://hd.kinopoisk.ru/channels?openedChannelId=44bacd2c139817b0802741d0e7e1f755>; Детско-юношеский телеканал Карусель – смотреть онлайн бесплатно прямой эфир ТВ канала на Иви [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ivy.ru/tvchannels/watch/karusel> (дата обращения (15.05.2025) и др.

информации из телевизионных передач, так и контента из интернет-источников, в том числе представленных электронными версиями традиционных СМИ.

Согласно отраслевому докладу, в первой половине 2022 года (и эта тенденция развивается) в «младших по возрасту аудиторных группах (12–34) продолжилось общее снижение времени телепросмотра»⁸. Соответственно, остро стоит вопрос о конкуренции телевизионных программ за молодую аудиторию, в частности старших подростков, с интернет-ресурсами, например YouTube, социальными сетями, мессенджерами, предлагающими пользователю разнообразные инструменты медиапотребления: от обычного просмотра разнообразного контента до возможности постоянной обратной связи и создания собственных авторских медиа. В свою очередь слабый контроль качества материалов, размещаемых на указанных интернет-сервисах, когда распространяются тексты преимущественно развлекательного характера, нарушающие традиционные представления о культуре поведения и тиражирующие языковые ошибки, часто негативно влияет на нравственное, познавательное и культурно-речевое развитие юной зрительской аудитории.

Педагоги, психологи сходятся во мнении, что интеллектуальная составляющая телепередач отражается на развитии мышления и памяти ребенка, а особенности поведения героев мультфильмов или фильмов (сериалов) становятся примером для подражания. В свою очередь бессодержательные диалоги, любые формы агрессии, демонстрация неэтичного поведения негативно влияют на развитие юного поколения.

Степень разработанности проблемы и теоретическая база исследования. Высокий уровень влияния медиаресурсов, а также телевизионных передач, на детей и подростков обусловил появление

⁸ Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития. Отраслевой доклад [Электронный ресурс] / под общей редакцией Е. Л. Вартаковой и А. А. Широких. М.: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, 2022. URL: <https://nat.ru/upload/medialibrary/5e7/5e7878faca6abc9bafede060cca25ad.pdf> (дата обращения: 01.05.2025).

значительного количества исследований, которые осуществляют как отечественные, так и иностранные специалисты в области журналистики, педагогики, психологии, филологии, социологии, философии и других направлений, сфера интересов которых связана с изучением ребенка в системе медиапотребления в разных аспектах. Специалисты обращаются к теме психологического влияния на детей и подростков разных видов телепередач, мультипликационной продукции, рекламы на детских каналах⁹, поднимают вопросы медиаобразования¹⁰, проблемы защиты детей от агрессивного содержания передач¹¹, отношения детей и подростков к телевизионному и интернет-контенту¹², социализации детей под влиянием медиа¹³, их культурно-

⁹ Марченко Ф.О. Историко-психологический анализ экспертизы качества образовательных программ детского телевидения: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Ф. О. Марченко. Москва, 2012. 25 с.; *Habib K. Cartoons' Effect in Changing Children Mental Response and Behavior* / K. Habib, T. Soliman // *Open Journal of Social Sciences*. 2015. № 3. Рр. 248–264 и др.

¹⁰ Жури́н А. А. Интегрированное медиаобразование в средней школе / А. А. Жури́н. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. 405 с.; *Столбникова Е. А. Развитие критического мышления студентов педагогического вуза в процессе медиаобразования: На материале рекламы* : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Е. А. Столбникова. Ростов-на-Дону, 2005. 211 с.; *Buckingham D. Watching Media Learning. Making Sense of Media Education*. – London, New York, Philadelphia: The Falmer Press, 1990. – 234 p.; *Fisch S. M. Children's learning from educational television: Sesame Street and beyond* / S. M. Fisch. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. 238 p.; *Masterman L. Teaching the Media* / L. Masterman. London: Comedia Publishing Group, 1985. 341 p.; *Morsy Z. Media education* / Z. Morsy. France, UNESCO, 1985. 406 p. и др.

¹¹ Ле-ван Т. Н. Здоровье ребенка в современной информационной среде / Т. Н. Ле-ван. М.: Форум, 2022. 224 с.; *Петрунько А. В. Дети и медиа: социализация в агрессивной медиасреде: монография* / А. В. Петрунько. Нежин, 2011. 480 с.; *Handbook of children, culture, and violence* / N. Dowd, D. Singer & R. Wilson (Eds.). Thousands Oaks, CA: Sage Publications. 483 p. и др.

¹² Аникина М. А. Интерес подростков к просмотру телевизионных сериалов как психолого-педагогическая проблема / Л. М. Туранова, Г. В. Дядькин, А. М. Сяглова // Глобальный научный потенциал. 2019. № 12(105). С. 62–66 и др.

¹³ Адамьянц Т. З. Социоментальная личность (Опыт изучения «картин мира» современных подростков) / Т. З. Адамьянц // Мир психологии. 2012. № 3(71). С. 163–173; *Друкер М. М. Контент социальных медиа как фактор формирования ценностных ориентиров подростка* : автореф. дис... канд. филол. наук : 10.01.10 / М. М. Друкер. Воронеж, 2022; *Comstock G. Television What's On, Who's Watching, and What it Means* / G. Comstock, E. Scharre. Elsevier Science, 1999. 338 p.; *Comstock G. Media and the American Child* / G. Comstock, E. Scharre. Academic Press, 2007. 392 p. и др.

речевого развития¹⁴ и др.

Вопросы развития медиасистемы России, её трансформации в XXI веке представлены в работах исследователей в сфере журналистики: Е. Л. Вартановой, А. А. Грабельникова, Ю. Н. Усова, В. Л. Цвика, А. М. Шестериной и др. Вопросы воздействия современной медиасистемы на аудиторию, в первую очередь детскую, психологического, культурного и социального влияния на нее рассмотрены в работах исследователей в сфере журналистики: Н. С. Гегеловой, К. В. Громовой, И. В. Жилавской, А. Г. Когатько, Л. Е. Малыгиной, С. А. Муратова, М. В. Шкондина и др.¹⁵

¹⁴ Канукоева А. Л. Особенности репрезентации языковой личности в мультипликационном пространстве: на материале мультсериалов «Винкс» и «Бен 10: Инопланетная сверхсила»: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А. Л. Канукоева. Нальчик, 2017. 26 с.; Черняк В. Д., Ли Х. Персонажи мультфильмов как составляющая интертекстуального тезауруса языковой личности / В. Д. Черняк, Ли Х // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2019. № 5(202). С. 88–94 и др.

¹⁵ Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. М.: МедиаМир, 2013. 275 с.; Гегелова Н. С. Культурная миссия телевидения / Н. С. Гегелова. М.: Российский университет дружбы народов, 2011. 264 с.; Грабельников А. А. Система средств массовой информации. Библиографический справочник / А. А. Грабельников. М.: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2013. 708 с.; Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики / А. А. Грабельников, Н. С. Гегелова. М.: Директ-Медиа, 2021. – 376 с.; Гегелова Н. С. Культурно-просветительская миссия телевидения: автореф. дисс. д-ра филол. наук: 10.01.10 / Н. С. Гегелова. М., 2012. 31 с.; Громова К. В. Детско-юношеское телевидение России: функции, возрастные особенности, требования к контенту: 2008–2014 гг.: дис. канд. филол. наук: 10.01.10 / К. В. Громова. М., 2015. 189 с.; Ершов Ю. М. Региональное телевидение в российской медиасистеме: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Ю. М. Ершов. М., 2012. 405 с.; Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография / И. В. Жилавская. М.: МПГУ, 2018. 213 с. Когатько А. Г. Телевидение для детей: теория, история, перспективная модель функционирования: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / А. Г. Когатько. М., 2007. 246 с.; Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ: 2-е изд., доп. / Г. В. Кузнецов. М.: МГУ, 2004. 400 с.; Малыгина Л. Е. Трансформация телевизионного промодискурса в новой технологической среде: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Л. Е. Малыгина. Краснодар, 2020. 397 с.; Муратов С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения / С. А. Муратов. М.: Издательство Юрайт, 2019. 240 с.; Усов Ю. Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: дисс. ... д-ра пед. наук / Ю. Н. Усов. М., 1989. 362 с.; Цвик В. Л. Телевидение переходного периода: тенденции и проблемы реформирования в условиях информационного рынка: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / В. Л. Цвик. М., 1997. 408 с.; Шестерина А. М. Тенденции влияния видеоблогинга на современный телевизионный контент. / А. М. Шестерина // ЗНАК: проблемное поле медиаобразования, Ч.: Издательство Центр интеллектуальных услуг Энциклопедия, 2021. Том 41, № 3, с. 118–123; Шкондин М. В. Журналистика в системе моделирования медиакультуры / М. В. Шкондин // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2022. Т. 1, № 4(39). С. 203–215 и др.

Интенсивное развитие медиа, появление новых технологий, социокультурные изменения в стране и мире обуславливают необходимость постоянного анализа медийного пространства. Трансформация детского телевидения в аспекте общей модернизации всей современной медиаструктуры с учетом тенденций мультимедиазации и диджитализации видеоконтента ранее не рассматривалась.

Объект исследования – видеоконтент, предназначенный для детей и размещенный на телевизионных каналах, их электронных версиях в интернете, видеохостинге You Tube Kids и других ресурсах.

Предмет исследования – системные коммуникативно-прагматические характеристики видеоконтента, предназначенного для детей, определяющие его место в системе современного медиапотребления.

Цель исследования. Выявить коммуникативно-прагматические характеристики детского телевизионного вещания и электронных версий телевизионных каналов, способствующие повышению эффективности воздействия телевидения на детскую аудиторию и определяющие его место и роль в системе современного медиапотребления.

Достижение поставленной цели предполагает решение ряда **задач**:

1. Провести анализ теоретических исследований и статистических материалов, посвященных вопросам детского медиапотребления.
2. Проанализировать структуру детского телевидения России, выявить коммуникативно-прагматические характеристики и жанровые особенности программ канала «Карусель».
3. Выявить коммуникативно-прагматические характеристики контента детских интернет-платформ и видеохостинга YouTube Kids как альтернативной телевидению интернет-площадки для детской аудитории.
4. Описать языковые особенности контента для детей и подростков на современном телевидении и интернет-ресурсах.
5. Разработать концепцию телевизионного канала для детей подросткового возраста, которая будет соответствовать интересам аудитории и

одновременно отвечать целям и задачам государственной политики, направленной на воспитание современного молодого поколения.

Гипотеза исследования состоит в следующем: системный характер и комплексное формирование таких коммуникативно-прагматических характеристик видеоконтента, предназначенного для детей, как непосредственное включение ребенка в процесс подготовки и ведения телепередач, учёт современных интересов детей и интенсивная интерактивная обратная связь с детской аудиторией способствуют трансформации телевидения в формат эффективного инструмента детского и подросткового медиапотребления в контексте реализации государственной стратегии воспитания детей и подростков.

На защиту выдвигаются следующие положения:

1. Анализ научных работ современных учёных позволяет предполагать, что с учетом тенденций мультимедиатизации и диджитализации видеоконтента детское телевидение нуждается в трансформации.

2. Детские телеканалы сегодня создают контент, содержание которого не способствует вовлечению в телесмотрение значительной части аудитории, т.к. он ориентирован на зрителей до 12 лет. Подростки¹⁶ из-за отсутствия предназначенных им передач смотрят взрослые программы, размещаемые на различных, трудно контролируемых интернет-ресурсах.

3. Существующие интернет-площадки являются серьезным конкурентом детскому телевидению в системе медиапотребления, формируя контент в соответствии с доступностью, разнообразием информации, наличием обратной связи и свободы выбора, что обеспечивает при грамотном использовании интернет-ресурса удовлетворение значительной части

¹⁶ Эльконин Д. Б. Детская психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Д. Б. Эльконин; Э533 ред.-сост. Б. Д. Эльконин. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 384 с.

образовательных, воспитательных, коммуникативных и развлекательных запросов аудитории.

4. Анализ языковых особенностей контента для детей и подростков на современном телевидении и интернет-ресурсах выявляет актуальность и фактический характер трансформации коммуникативно-прагматических особенностей текстов в сторону снижения культурно-речевого уровня современных медиапроизведений.

5. Увеличение количества программ, системно направленных на личное участие детской аудитории в производстве телевизионного контента, постоянная обратная связь с аудиторией, учёт особенности речевой коммуникации детей и подростков, позволят активизировать интерес детской и подростковой аудитории к телесмотрению в контексте реализации государственных программ и стратегий, направленных на воспитание подрастающего поколения.

Теоретико-методологические основы диссертационного исследования базируются на комплексном подходе, который включает в себя контент-анализ, предполагающий исследование количественной представленности детских каналов в российской сетке телевидения, программ разной функциональной направленности, мультипликационных фильмов, кинопродукции и др., и качественного содержания материалов, адресованных детям и подросткам разного возраста на различных медиаресурсах. Контент-анализ дополняется применением метода интерпретации содержания, который используется для анализа языковой и коммуникативно-прагматической характеристики контента. Для выявления особенностей содержания интернет-ресурсов, адресованного детям и подросткам, применялся классификационный метод, в результате чего была составлена типология детских интернет-площадок на основании их ведущей функциональной направленности. Для понимания роли детского телевидения в жизни современных детей и подростков использовался сравнительный анализ содержания, языкового оформления, коммуникативных и прагматических

составляющих контента телевизионных каналов и интернет-ресурсов. Для оценки востребованности телепрограмм и интернет-ресурсов в детской аудитории автор опирался на актуальные исследования аналитических компаний, фондов изучения общественного мнения и других организаций: Mediascope, WeAreSocial, «Лаборатория Касперского», Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций и др.

Используемый в работе термин *медиа* рассматривается в широком смысле. Как отмечает Е. Л. Вартанова, «несмотря на крайне широкое содержание и несфокусированность термина “медиа”, он понимается и как совокупность средств и содержания технологически опосредованной коммуникации, и как социальное пространство, создаваемое в процессе и результате этой коммуникации, и как технологическая среда, в которой присутствуют содержание, сервисы и пользователи (потребители), и как социальная и индустриально-технологическая система, находящаяся под воздействием различных типов регулирования»¹⁷. В связи с такой широкой трактовкой *медиа* используется как составная часть однословных терминов *медиа сфера*, *медиа ресурсы*, *медиа потребление*, *медиа коммуникация*, *медиа исследования*, *медиа охват*, *медиа контент* и др. или терминологических словосочетаний, таких как *традиционные медиа* (в число которых входит телевидение, радио, газеты, журналы), *новые медиа* (сайты, социальные сети, платформы, мессенджеры и др.), *медийный дискурс* и др.

Ключевой термин диссертации *медиа потребление* используется нами в значении, сформулированном на основе обобщения дефиниций, предложенных в социологических, психологических, филологических исследованиях¹⁸, а также на основе традиции его применения в аналитических

¹⁷ Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е. Л. Вартанова. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 63–64.

¹⁸ Вьюгина Д. М. Особенности медиапотребления современной российской молодежи (на примере Москвы и Московской области): автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Д. М. Вьюгина. М., 2019. 32 с.; Зверева Е. А., Хворова В. А. Поколения Y и Z: особенности медиапотребления // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. Т. 19, № 6: Журналистика. С. 131–140. DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-131-140; Коломиец В. П. Медиа среда и медиа потребление в современном российском обществе / В. П. Коломиец //

отчетах агентств ¹⁹ . *Медиапотребление* в нашем исследовании рассматривается как реализация социальных (получение и продуцирование информации, межличностная и групповая коммуникация, приобщение к сообществу, обучение и др.), экономических (деловое взаимодействие, реклама и продвижение товаров и услуг, онлайн-продажи и др.) и психологических (формирование, трансляция ценностных установок, самопрезентация и др.) практик пользователями посредством традиционных и новых медиа.

Эмпирической базой для исследования послужили программы российских телеканалов, транслирующие видеоконтент детской тематической направленности: передачи, мультфильмы, фильмы, сериалы, новостные программы. Кроме того, материалом для сопоставительного анализа послужил контент сайтов телеканалов, в частности канала «Карусель» – единственного федерального телеканала для детей, видеохостинга YouTube Kids единственной бесплатной видео-хостинговой площадки для детей, онлайн-кинотеатров и других ресурсов, адресованных детям и подросткам.

Научная новизна заключается в исследовании современного медиaprостранства с учетом актуальных тенденций мультимедиаизации и диджитализации видеоконтента, ориентированного на детскую аудиторию, а

Социологические исследования. 2010. № 1. С. 58–66; Лизунова И. В. Современное медиапотребление: модификации сущностных характеристик / И. В. Лизунова // Манускрипт. 2016. № 10 (72) С. 120–124; Мурзина Е. В. Медиапотребление в условиях трансформации современного общества / Е. В. Мурзина // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2020. № 5 (68). С. 228–235; Полуэхтова И. А. Медиапотребление в цифровой среде: к вопросу о методологии исследований / И. А. Полуэхтова // Знание. Понимание. Умение. 2022. № 3. С. 90–107. DOI: <http://dx.doi.org/10.17805/zpu.2022.3.8>; Теоретические аспекты изучения медиапотребления российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения / Д. В. Дунас, С. А. Вартанов, Д. Ю. Кульчицкая [и др.] // Вестник Московского университета. 2019. Серия 10: Журналистика. №2. С. 3–28; Хворова В. А. Медиапотребление современной молодежной аудитории: проблема формирования ценностных ориентиров: дис. ...канд. филол. наук / В. А. Хворова. Тамбов, 2023. 164 с. и др.

¹⁹ *Исследовательская компания Mediascope* – официальный сайт. <https://mediascope.net/> (дата обращения 21.01.2025); *Медиапотребление в России-2020* // Deloitte. <https://docs.yandex.ru> (дата обращения 21.01.2025).

также трансформации детского телевидения в процессе его количественно-качественной модернизации.

В диссертации впервые:

- системно проанализирован телевизионный контент для детской и подростковой аудитории и выявлена эффективность его воздействия;
- определена значимость системной реализации коммуникативно-прагматических характеристик детского телевизионного контента, способствующих вовлечению детей и подростков в телесмотрение, с учётом особенностей речевой коммуникации детей, непосредственного включения ребенка в процесс подготовки и ведения телепередач, а также постоянной обратной связи со зрительской аудиторией;
- в результате проведенного контент-анализа программ телевидения и интернет-ресурсов, а также аналитического обобщения статистических данных социологических опросов выявлены основные проблемы при создании телепередач для подростковой аудитории;
- разработан проект программы телеканала, состоящий из серии телепередач для подростков, с учетом интересов целевой аудитории и стратегии воспитания детей, принятой государством.

Теоретическая значимость исследования определяется вкладом диссертанта в развитие коммуникативно-прагматического подхода к изучению детского медиапотребления.

Благодаря проведенным исследованиям подготовлен новый комплекс современных коммуникативно-прагматических характеристик детского телевизионного контента, и определена их ключевая роль в массовом детском медиапотреблении.

Результаты исследования могут быть использованы в ходе дальнейшего углубленного изучения проблем медиапотребления детьми и подростками, а также концептуального обоснования необходимости изучения контента интернет-ресурсов, создающего угрозу нравственному развитию юных пользователей. Кроме того, исследование вносит вклад в расширение

представлений о природе потребления детьми и подростками медиаконтента, что может иметь значение при определении планов дальнейшего развития телеиндустрии и медиакommunikаций в нашей стране.

Практическая значимость заключается в том, что результаты исследования могут быть применены в методической работе педагогов по истории детского телевидения и тележурналистики, практической работе сотрудников детских телеканалов, производителей видеоконтента для детей и авторов детских передач. Рекомендации по улучшению работы телеканала «Карусель» могут быть использованы на практике как на данном канале, так и на других телеплатформах. Выявление проблем в содержании влогов на YouTube Kids и рекомендации по созданию телеканала для подростков, разработка программы передач для данной аудитории создают возможности для практиков (журналистов, педагогов, психологов, социологов) найти эффективные механизмы и инструменты реализации задачи по формированию нравственной личности и ответственного гражданина в соответствии со «Стратегией развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».

Степень достоверности результатов проведенных исследований подтверждается многообразием использованных методов исследования, всесторонним и глубоким изучением и применением при написании диссертационной работы научных трудов российских и зарубежных учёных, многолетним опытом работы автора диссертации в телевизионной сфере (свыше 15 лет), а также широким кругом использованного нормативного и эмпирического материала, включающего федеральные законы РФ, распоряжения Правительства Российской Федерации.

Личный вклад автора состоит в самостоятельной разработке проекта программы телеканала, состоящего из цикла телепередач для подростков; обобщении результатов исследования и подготовке научных публикаций в рецензируемых журналах ВАК; Настоящая диссертация – это итог выполненных автором целого ряда исследований в период с 2018 по 2025 год,

которые в полной мере отражают личный вклад автора в данную научную работу.

Апробация результатов исследования осуществлена на 7 конференциях и в 11 статьях, из которых две опубликованы в изданиях из перечня РУДН и одна – в научном журнале из перечня ВАК.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Реброва А. Д. Словотворчество в речи героини мультипликационного сериала «Маша и Медведь» / А. Д. Реброва, Н. С. Гегелова // Научный диалог. – 2023. – Т. 12. – № 1. – С. 171–184. DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-1-171-184. – 1 п.л.

2. Реброва А. Д. Интеграция блогинга и детского телевидения: проблемы и перспективы / А. Д. Реброва // Научный диалог. – 2024. – Т. 13. – № 7. – С. 217-235. DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-7-217-235. – 1,4 п.л.

3. Реброва А. Д. Влияние СМИ на восприятие имиджа разных стран: сравнительный анализ на примере Кубы и России / Н. С. Гегелова, Я. Барселей Рамирес, А. Д. Реброва // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: литературоведение. Журналистика. – 2019. – Т. 24, №3. – С. 533–543. – 0,7 п.л.

4. Реброва А. Д. Особенности речи героев современных мультипликационных сериалов отечественного производства / А. Д. Реброва, Н. С. Гегелова // Вестник ТвГУ. Серия: Филология – 2020. – №3(66). – С. 162–167. – 0,3 п.л.

5. Реброва А. Д. Ребенок в системе медиапотребления: тенденции и перспективы развития детского телевидения / А. Д. Реброва // Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы». – М.: РУДН, 2018. – С. 84–88 – 0,25 п.л.

6. Реброва А. Д. Проблемы безопасности детей в Сети / А. Д. Реброва // Материалы X Всероссийской научно-практической конференции «Средства

массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы». – М.: РУДН, 2019. – С. 320 – 323. – 0,2 п.л.

7. Реброва А. Д. «Детские» версии «взрослых» сайтов: проблемы и перспективы / А. Д. Реброва // Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2019: творчество, профессия, индустрия». – М.: МГУ, 2020. С. 181–182. – 0,05 п.л.

8. Реброва А. Д. Особенности речи героев мультфильма «Маша и Медведь» / А. Д. Реброва // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – М.: РУДН, 2020. – С. 233–236. – 0,2 п.л.

9. Реброва А.Д. Детское телевидение в условиях процесса конвергенции и медиатизации на примере мультимедийного портала «Мульт» / А. Д. Реброва, Н. С. Гегелова // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей V Международной научно-практической конференции. – Москва: РУДН, 2021. – Т. 2. – С. 244–249.

10. Реброва А.Д. Анализ телевизионной речи на российских телеканалах / А. Д. Реброва // Материалы Международной научной конференции, посвященной 130-летию Евгения Дмитриевича Поливанова «Свободная дискуссия о языке и динамика развития языковых процессов» Бишкек: КНУ им. Жусупа Баласагына, 2021. – С. 269–276. – 0,2 п.л.

11. Rebrova A.D. Challenges For Modernization Of Journalism Education In Russian Universities / A. D. Rebrova // International conference “Education Environment for the Information Age – 2019”. EEIA – 2019. – Pp.117–124 – 0,4 п.л.

Структура диссертации. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения и списка использованной литературы. Главы сопровождаются выводами, в которых перечисляются результаты исследования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Введение включает в себя общую характеристику работы, обоснование актуальности, степень изученности темы, теоретическую и практическую значимость исследования, объект и предмет, цели и задачи, новизну, теоретико-методологические основы и эмпирическую базу исследования, его гипотезу, положения, выносимые на защиту, основные результаты, характер апробации результатов, структуру работы.

В первой главе **«Современное состояние российского детского телевидения: теоретические вопросы и практика медиапотребления»** анализируются исследования, посвященные влиянию медийного дискурса на формирование мировоззрения детей, на морально-нравственные установки современной детской аудитории, а также рассматривается вопрос необходимости продолжающихся исследований в этой области, который ставится как отечественными, так и зарубежными учеными. Кроме того, изучена структура детского телевидения в России и коммуникативно-прагматические характеристики популярного канала «Карусель».

В первом параграфе *«Теоретические подходы к изучению детского телевидения»* рассматриваются основные положения исследований российских и зарубежных специалистов, посвященных современному детскому телевидению. Отечественные и зарубежные ученые сходятся во мнении, что содержание анимации, кинофильмов и телепередач влияет на формирование познавательных способностей ребенка, усвоение им социокультурного опыта и нравственных ценностей, оказывает воспитательное воздействие. Однако современный контент, предназначенный для детской аудитории, зачастую не соответствует уровню возрастного восприятия, в частности из-за сексуальной объективации женских персонажей, демонстрации сцен насилия, смешения гендерных ролей, показа рекламной продукции, формирующей психологию юного потребителя, которая основывается на гедонистической позиции и под. Несмотря на значительное число работ, посвященных теме детского медиапотребления,

признается недостаточность комплексных исследований данного вопроса как в отечественной, так и в зарубежной науке.

Во втором параграфе *«Структура детского телевидения в России»* выявлено, что до 2022 года количество российских и западных каналов для детей на российском телевидении было практически одинаковым (10 и 8 соответственно), при этом и те, и другие делали акцент на развлекательности. Ситуация на рынке детского телевидения начала существенно меняться в связи с санкционной политикой западных стран и ответной реакцией российского правительства в 2022–2023 годах. Так, в течение 2022 года в российском информационном пространстве прекратили вещание все иностранные детские телеканалы, что открыло возможность для российских телепроизводителей заполнить освободившееся телепространство программами, имеющими не только развлекательную функцию, но и образовательную и воспитательную.

В третьем параграфе *«Анализ контента телеканала “Карусель”»* рассматривается содержание программ названного телеканала. Анализ передач показал, что доля развлекательных жанров преобладает, большой процент занимают мультфильмы, формат которых не учитывает особенности развития детей (интенсивность видеоряда, навязчивый, громкий звук, обилие слов, смысл которых теряется из-за скорости произнесения, отсутствие пауз в сюжете, рекламные вставки и др.). В то же время у канала есть потенциал для развития, поскольку в электронной версии имеют место программы познавательного и воспитательного характера, предлагается афиша культурно-просветительских мероприятий, представлены игры, в частности направленные на развитие интеллекта, установлена обратная связь со зрительской аудиторией. Между тем практически отсутствует контент для подростков (за исключением киножурнала «Ералаш»), что является проблемой для российского телевидения. В результате взрослеющие дети смотрят на центральных каналах передачи и фильмы, которые в большинстве своем не соответствуют их возрасту.

Вторая глава **«Интернет-платформы в системе медиаресурсов для детей»** посвящена анализу детских интернет-платформ с точки зрения их содержания и практики использования. Представлены разработанная типология интернет-ресурсов для детей с точки зрения их функций, анализ контента видеохостинга YouTube Kids.

В первом параграфе *«Типология детских интернет-платформ»* проанализирован контент, предлагаемый в интернете детской аудитории, который, по мнению самих детей, имеет ряд преимуществ перед телевизионным: возможность настраивать любые доступные каналы коммуникации как в детском сегменте интернета, так и во взрослом; тематическое разнообразие; простота и доступность использования; анонимность; свобода самовыражения и др.

В ходе анализа сайтов, адресатом которых является детская аудитория, была разработана их типология. Выделены образовательные, развивающие, воспитательные, развлекательные, коммуникационные платформы (по социальной функции); научно-популярные, кулинарные, посвященные вопросам моды и стиля и др. (по тематической направленности); игровые, блоги, влоги, форумы и др. (по формату); положительные или деструктивные (по типу оказываемого воздействия); социальные сети, видеохостинги, веб-сайты и др. (по виду ресурса); открытые, закрытые, частично закрытые (по доступности) и др.

Сделан вывод, что интернет-ресурсы для детей и подростков способны удовлетворить запросы значительной части аудитории. Большое количество интернет-платформ реализует образовательную функцию, предлагая детям разных возрастов, уровня знаний обучение (платное и бесплатное) для подготовки к школе, к квалификационным экзаменам по разным предметам; уроки дополнительного образования (шахматы, игра на гитаре, программирование и под.) и др. Для тех, кто хотел бы учиться дистанционно, предлагается системное образование по основной школьной программе (с получением аттестата государственного образца), по программе

определенной сферы (художественной, IT и др.). Кроме того, образовательные платформы содержат конспекты, статьи, видео, тесты и другие материалы; электронные версии журналов для детей, в которых предлагается информация познавательного характера. Между тем, исследование показывает, что статистически наибольшей популярностью у детей пользуются, наряду с образовательными, развлекательные ресурсы, предназначенные для проведения досуга. Они различаются в зависимости от возрастной категории детей: если для малышей и детей от 4 до 12 лет предлагается несколько видов контента в рамках развлекательного ресурса, (как правило, обучающий, развивающий, собственно развлекательный и др.), то для подростков таких ресурсов нет. Вся информация рассредоточена по разным платформам, в том числе адресованная взрослым потребителям. В связи с чем большую популярность у подростков приобрели коммуникационные платформы: паблики социальных сетей, мессенджеры, предлагающие обратную связь с подписчиками и создающие таким образом новый вид виртуальной коммуникации.

Отмечается, что воспитательную функцию реализует недостаточное количество платформ, тем не менее такая работа ведется, в том числе на государственном уровне (см., например, федеральный закон об организации детско-юношеского движения). Можно выделить два типа ресурсов: объединяющие платформы, ориентированные на организацию коллективного взаимодействия большого количества детей (цель – воспитание ответственного гражданина и нравственной личности), и консультативные платформы, работа которых направлена на помощь детям и их родителям (цель – воспитание личности в условиях семейных отношений).

Во втором параграфе «*YouTube Kids: характеристики, особенности контента*» выявлено, что, с одной стороны, возможности настройки контента родителями для своих детей, установления родительского контроля за жанрами и временем просмотра, за рекламой создают условия для относительной безопасности детской аудитории на этом канале. С другой

стороны, из сферы интересов канала исключена подростковая аудитория, поскольку YouTube Kids ориентирован на детей до 12 лет. В связи с чем старшая возрастная аудитория ищет контент во взрослом сегменте YouTube. Сделан вывод о том, что в настоящее время необходима разработка и внедрение тех интернет-площадок для подростков, которые будут предлагать им интересный и безопасный контент.

В третьей главе **«Язык современного детского телевидения и интернет-ресурсов: стилистические и нормативные аспекты»** осуществлён качественный анализ языка героев мультипликационных фильмов, телепередач на каналах «Карусель» и Youtube Kids, а также кинопродукции, адресованной подростковой аудитории.

Первый параграф *«Особенности языка героев мультипликационных фильмов»* посвящен анализу речевых характеристик героев популярных анимационных произведений для детей. Показано, что, с одной стороны, для мультипликации характерно языковое творчество, проявляющееся в использовании языковой игры, при этом фразы героев часто становятся афоризмами. В то же время словотворчество может основываться и на нарушении норм: по сути, окказионализмы, бленды, спунеризмы и другие средства выразительности предполагают обыгрывание отклоняющихся от традиционных способов употребления слова. Словотворчество предполагает преимущественно осознанное нестандартное употребление языковой единицы, и ребенок, который смотрит мультфильм, должен понять, в каком случае герой «играет» со словом (что свойственно детям), а в каком он ошибается. Это должно следовать либо из объяснения в самом фильме, либо из комментариев родителей. Между тем ошибки, которые встречаются в речи героев современных мультфильмов, редко исправляются (*Невозможно усидеть, если ты веселый деть*, м/ф «Малышарики»), в результате чего происходит их тиражирование и, следовательно, формирование у ребенка неправильной нормы словоупотребления. Сделан вывод, что речь героев современных мультфильмов не ориентирована на реализацию воспитательной

и образовательной функций. В основе речевых портретов персонажей лежит установка на развлекательность, подчеркивание особенностей разговорной речи (*ухты-пухты, ну ваще*, м/ф «Барбоскины»), причем зачастую в ее стилистически сниженной разновидности (*дыхнешь, рожжа*, м/ф «Маша и медведь») и др., что привлекает внимание детей, но пагубно влияет на их культурно-речевое развитие.

Во втором параграфе «Характерные особенности языка передач на каналах “Карусель” и Youtube Kids» проанализирована речь участников программ и дана их характеристика. Выявлено, что процесс снижения культурно-речевого уровня героев видеоблогов наиболее активно представлен в контенте интернет-ресурсов, в частности канала Youtube Kids. С одной стороны, влоги демонстрируют сцены из реальной жизни, которые предполагают использование разговорного стиля речи, с другой – данный стиль требует соблюдения норм, поскольку он является частью литературного языка. С учетом того, что видеоролики записываются по определенному сценарию и речь героев продумывается, можно предположить, что сами участники проектов не знают ряд норм русского языка и даже не считают нужным оценить правильность своей речи. Мы выделили несколько групп лексики, которая активно используется в контенте видеоблогов и создает определенный коннотативный фон: иностранные слова: *тренд, СПА, челлендж, месседж, паркурить, пранк, вау, йес, слайм, гаджеты, лук* (‘внешний вид, наряд’), *тайминг* и др.; жаргонные слова и выражения: *лох, ставить на паузу, круто, прикольный, прикалываться, подстава* и др.; эвфемизмы нецензурных слов и выражений: *капец, блин* и др.; канцеляризмы: *школьные принадлежности, посетить кинотеатр, принять меры* и др.; просторечные слова, словоформы и их варианты произношения: *обалдеть, одеть* (на себя), *наложить* (кашу), *словить, ваще, чо, глянем, пойдём чо-нибудь поразвлекаемся, вы только взгляните* и др.

С этой точки зрения, речь героев передач телеканалов, например «Карусели», отличается грамотностью: ведущие, как правило, имеют хорошо

поставленный голос, соблюдают языковые нормы, и речь детей, участвующих в программах, тоже характеризуется хорошим культурным уровнем.

В третьем параграфе *«Специфика языка кинопродукции для подростков»* предлагается анализ кино и сериалов о подростках и для подростков. Сделан вывод о том, что такая кинопродукция формально адресована прежде всего совершеннолетним зрителям, поскольку маркируется 18+. Возрастное ограничение обусловлено тем, что фильмы содержат сцены насилия, секса, употребления наркотиков, спиртного. Эти темы репрезентируются в названиях кинопродуктов и аннотациях к ним, а также в языке героев. Выявлено 13 тематических групп слов и выражений, используемых для описания сюжетов фильмов, среди которых значительная часть представлена лексикой с негативной коннотацией: «Криминал», «Конфликт», «Наркотики», «Деньги и потребление», «Смерть», «Мистика и ужас» и др. Только небольшое количество сериалов рассказывает истории о нормальных отношениях подростков: дружбе, любви, достижениях, проблемах выбора нравственного поведения и под. – с соответствующими языком метаописания кинопродукта и речью героев.

Таким образом, анализ дискурса телевизионного и интернет-контента для детей и подростков показал, что большая часть передач реализует развлекательную функцию, значительно реже познавательную и развивающую. При этом только мультипликацию можно рассматривать как относительно позитивный продукт. Влоги и сериалы реализуют развлекательную функцию за счет обращения к темам смерти, преступления и материального потребления, что получает воплощение в языке героев медиа, репрезентируя в целом негативный эмоциональный фон, который юными зрителями (и часто их родителями) парадоксально воспринимается как позитивный, что отражается в просмотрах и количествах подписчиков.

В четвертой главе **«Перспективы развития и использования медиаресурсов для детей и подростков»** предлагается анализ перспектив развития детского телевидения в конкуренции с интернет-ресурсами за

детско-юношескую аудиторию; рассматриваются концептуальные основания развития детского медиапотребления; представлена разработка программы канала для подростков.

В первом параграфе «Концептуальные основания создания контента для детей» выделены принципы, на которых должно основываться противостояние негативному или «пустому» контенту, предлагаемому различными медиа, в том числе интернет-ресурсами. Данным инструментом является внедрение медиаобразования в качестве непрерывной системы просвещения детей и подростков в медийном пространстве, поскольку технологии, приемы воздействия на аудиторию, инструменты медиа и под. постоянно развиваются, изменяются и далеко не всегда даже взрослые люди имеют возможность адекватно оценить качество информации. В то же время уже разработано достаточное количество способов медиаобразования, которые необходимо развивать, совершенствовать и внедрять в практику: обучение в школе, онлайн-курсы, самообразование, участие в обсуждении (дискуссионные программы, форумы и др.), телепередачи, практика (детская журналистика, блогерство, работа в медиацентрах и др.). При этом одним из важнейших, на наш взгляд, концептуальных оснований распространения медиаобразования является вовлечение широкого круга самих детей и подростков в создание телепередач, онлайн-курсов, дискуссий и под. Другим значимым принципом организации работы по внедрению медиаобразования является участие государства, в круг интересов которого входит воспитание гражданина, патриота, нравственной личности, то есть человека, ориентированного на развитие своей страны, что отражено в государственной «Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».

Второй параграф «Потенциал развития детских медиаресурсов» содержит оценку перспектив канала «Карусель» как наиболее популярного в детской аудитории до 12 лет, но в настоящее время нацеленного преимущественно на развлечение ребенка, поскольку большую часть времени

транслируются мультсериалы, далеко не всегда высокого качества. В то же время более богатое содержание интернет-версии показывает, что разработка образовательно-воспитательного контента все-таки ведется создателями канала. На этом настаивают специалисты, и мы полностью с ними согласны, что для развития ребенка необходима разносторонняя информация, которая будет его не только развлекать, но и воспитывать, а также пополнять его знания. Выделены принципы, которые с этой точки зрения обеспечивают продуктивную работу детского канала: среди них коммуникативность, доступность, наглядность, понятность, возможность выбора, стимуляция активности, системность. Сделан вывод, что у канала «Карусель» есть потенциал в этом смысле, обеспеченный уже созданным контентом, реализующим воспитательные и познавательные функции. Однако по каким-то причинам он размещен только в интернет-версии и не представлен на телеэкране, хотя это значительно разнообразило бы мультсериальное содержание телеканала.

Третий параграф *«Проект авторской инновационной программы для подростков»* содержит разработку программы для телеканала, целевой аудиторией которого станут подростки. Это практический результат нашего исследования. Программа включает в себя 4 вида передач с точки зрения функционального назначения: *общественно значимые* программы о жизни российских подростков и ребят из других стран, которые создаются в жанре реалити-шоу; *образовательные* программы, основная задача которых состоит в пополнении знаний детей об интересных им сферах жизни: о профессиях, новых технологиях, спорте, здоровом образе жизни, моде, кулинарии, отношениях с окружающими и др.; *развлекательные* программы ориентированы на привлечение ребят, которые хотят провести время, слушая любимую музыку, просматривая видеоклипы, кино или сериалы; *новостные* программы о жизни подростков, которые будут создавать и вести сами ребята из разных уголков России. Разработка концепции канала основывается на ряде принципов, среди них обращение к интересам подростков; интеграция

в содержание программы функций образования, воспитания и развлечения; вовлеченность самих юных зрителей в создание контента и ведение программы; системность подачи материала, проявляющаяся в регулярности показов программ; коммуникативность, основанная на взаимодействии ведущих (подростков или специалистов) с аудиторией в формате записи репортажей, реалити-шоу, обратной связи через конкурсы, сообщения, звонки и др.; отсутствие дидактичности; низкий процент или отсутствие рекламы. Создание такого канала для подростков возможно только при поддержке государства, у которого на сегодняшний день есть все условия для этого, начиная от запроса на формирование личности ответственного гражданина, что закреплено в программных документах, до наличия технических, материальных и человеческих (профессиональных) ресурсов. На наш взгляд, в настоящее время в государстве и обществе происходит осознание необходимости создания такого ресурса для старших подростков, поскольку это одна из самых сложных социальных групп общества, но важная с точки зрения периода активного формирования у нее мировоззренческих установок.

Заключение содержит итоги проведенного исследования. Диссертационная работа подтверждает мнение тех специалистов, которые считают, что современное детское телевидение не способствует реализации государственной политики по воспитанию молодого поколения, ставя на первый план коммерческую выгоду. Между тем телевидение имеет инструменты и механизмы эффективного позитивного влияния на детскую целевую аудиторию.

Телевещание, адресованное детям и подросткам, в конце XX – начале XXI веков существенно изменилось по сравнению с советским детским телевидением, в частности в пользу западной кинопродукции с соответствующей трансляцией идей, мировоззренческих установок, зачастую противоречащих российским традициям. Однако в течение 2022 года иностранные телепроизводители отказались от работы на российском

медиарынке, что открыло для отечественного создателя телепродукции новые возможности по заполнению образовавшейся ниши.

Сформировавшаяся в начале XXI века конкурентная телевидению среда интернета предлагает детям и подросткам более разнообразный, нежели на телеканалах контент, при этом имеющий преимущество в виде его самостоятельной настройки пользователем в любое время. В то же время анализ содержания сериалов и фильмов, которые смотрят подростки на телеканалах и интернет-платформах, показал, что на тех и других ресурсах в содержании, языке героев теле- и кинопродукции, а также в названиях и аннотациях репрезентируется негативный контент.

Таким образом, несмотря на то что современное детское телевидение, находясь в конкурентных отношениях с интернет-ресурсами, предоставляющими детям новые возможности медиапотребления, теряет популярность у юного зрителя, оно имеет значительный потенциал (технологии, поддержка государства и др.) для вовлечения детей в телесмотрение, в том числе в интернет-версиях. Для этого необходим пересмотр концептуальных подходов к созданию программ, предназначенных для детской аудитории, с учетом ее интересов и государственных установок на воспитание молодого поколения.

Перспективы дальнейшей разработки данной темы предполагают анализ коммуникативно-прагматических характеристик детского телевизионного контента специалистами в области медиакоммуникаций, журналистики, психологии, социологии, педагогики и др. Научные исследования в разных аспектах, связанные с изучением медиаконтента, предназначенного для детей и подростков, позволят создать более полное представление о проблематике современного детского медиапотребления.

Список литературы включает перечень из 272 источников: нормативно-правовых актов, монографий, диссертаций и авторефератов, статей, результатов исследований агентств и аналитических компаний, использованных автором в процессе написания работы.

Реброва Александра Дмитриевна (Россия)

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО КОНТЕНТА: РЕБЕНОК В СИСТЕМЕ
РОССИЙСКОГО МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ**

Диссертационное исследование посвящено актуальной проблеме детского медиапотребления. Автор анализирует коммуникативно-прагматические характеристики детского телевизионного вещания как конкурентной среды интернет-ресурсам в системе современного медиапотребления. В диссертации сопоставляется контент телеканалов, прежде всего «Карусели» как популярного ресурса, и интернет-платформ, в том числе Youtube Kids. Исследование показало, что создатели медиапродукта реализуют в первую очередь развлекательную функцию в ущерб образовательной и воспитательной. Кроме того, установлено, что отсутствует телеканал для подростков. С целью заполнения данной лакуны диссертантом разработана программа телеканала, целевой аудиторией которого станут подростки.

Rebrova Alexandra Dmitrievna (Russia)

**COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC CHARACTERISTICS CHILDREN'S
TELEVISION CONTENT: A CHILD IN THE RUSSIAN MEDIA CONSUMPTION
SYSTEM**

The dissertation research is devoted to the actual problem of children's media consumption. The author analyzes the communicative and pragmatic characteristics of children's television broadcasting as a competitive environment for Internet resources in the system of modern media consumption. The dissertation compares the content of TV channels, primarily “Carousel” as a popular resource, and Internet platforms, including Youtube Kids. The study showed that the creators of a media product implement primarily an entertainment function to the detriment of educational and educational ones. In addition, it was established that there is no TV channel for teenagers. In order to fill this gap, the dissertation candidate has developed a TV channel program for teenagers.