

*На правах рукописи*

**Реброва Александра Дмитриевна**

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

**Диссертация**

на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Научный руководитель:

д.филол.н., профессор

кафедры массовых коммуникаций

Российского университета

дружбы народов им. Патриса Лумумбы

Гегелова Н.С.

Москва – 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>Глава 1. Современное состояние российского детского телевидения: теоретические вопросы и практика медиапотребления</b> .....	17
1.1. Теоретические подходы к анализу содержания детского телевидения.....	17
1.2. Структура детского телевидения в России.....	44
1.3. Анализ контента телеканала «Карусель» .....	58
Выводы по первой главе.....	65
<b>Глава 2. Интернет-платформы в системе медиаресурсов для детей</b> .....	68
2.1. Типология детских интернет-платформ .....	68
2.2. YouTube Kids: характеристики, особенности контента.....	75
Выводы по второй главе.....	93
<b>Глава 3. Язык современного детского телевидения и интернет-ресурсов: стилистические и нормативные аспекты</b> .....	97
3.1. Особенности языка героев мультипликационных фильмов.....	97
3.2. Характерные особенности языка передач на каналах «Карусель» и Youtube Kids.....	108
3.3. Специфика языка кинопродукции для подростков.....	117
Выводы по третьей главе.....	127
<b>Глава 4. Перспективы развития и использования медиаресурсов для детей и подростков</b> .....	132
4.1. Концептуальные основания создания контента для детей.....	132
4.2. Потенциал развития детских медиаресурсов.....	141
4.3. Проект авторской инновационной программы для подростков .....	143
Выводы по четвертой главе.....	157
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	161
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	171

## ВВЕДЕНИЕ

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 информации<sup>1</sup>, на развитие воспитания молодого поколения<sup>2</sup>, 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»<sup>3</sup>. 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 значительную свободу в выборе источников

---

<sup>1</sup> 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/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/) (дата обращения: 20.05.2022);

<sup>2</sup> 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/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/) (дата обращения: 20.05.2022).

<sup>3</sup> 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).

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 сайт<sup>1</sup>, на котором размещен обширный контент, включающий в себя как актуальный, так и архивный материал, доступный для просмотра, канал на YouTube<sup>2</sup> и аккаунт в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники»<sup>3</sup>. Кроме того, телевизионные каналы сегодня размещают свои передачи на различных стриминговых сервисах<sup>4</sup>, 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 информации из телевизионных передач, так и контента из интернет-источников, в том числе представленных

---

<sup>1</sup> Телеканал Карусель – официальный сайт – смотреть детские передачи бесплатно в хорошем качестве [Электронный ресурс]. URL: <https://www.karusel-tv.ru/> (дата обращения: 25.05.2022).

<sup>2</sup> Телеканал Карусель Россия – YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCnMAI7B6FvIDV-sWdrjdh6A> (дата обращения: 25.05.2022).

<sup>3</sup> Канал «Карусель» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/tvkarusel> (дата обращения: 25.05.2022); Карусель Группа на ОК.ru Вступай, читай, общайся в Одноклассниках! [Электронный ресурс]. URL: <https://ok.ru/karuseltv> (дата обращения: 15.05.2022).

<sup>4</sup> 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.ivi.ru/tvchannels/watch/karusel> (дата обращения (15.05.2025) и др.

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»<sup>1</sup>. 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 значительного количества исследований, которые осуществляют как отечественные, так и иностранные специалисты

---

<sup>1</sup> Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития. Отраслевой доклад [Электронный ресурс] / под общей редакцией Е. Л. Вартановой и А. А. Широких. М.: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, 2022. URL: <https://nat.ru/upload/medialibrary/5e7/5e7878faca6abc9bafaeade060cca25ad.pdf> (дата обращения: 01.05.2025).

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 каналах<sup>1</sup>, поднимают вопросы медиаобразования<sup>2</sup>, проблемы защиты детей от агрессивного содержания передач<sup>3</sup>, отношения детей и подростков к телевизионному и интернет-контенту<sup>4</sup>, социализации детей под влиянием медиа<sup>5</sup>, их культурно-речевого развития<sup>6</sup> и др.

Вопросы развития медиасистемы России, её трансформации в XXI веке

---

<sup>1</sup> *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. Pp. 248–264 и др.

<sup>2</sup> *Журин А. А.* Интегрированное медиаобразование в средней школе / А. А. Журин. – 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.

<sup>3</sup> *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.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 483 p. и др.

<sup>4</sup> *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.

<sup>5</sup> *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.

<sup>6</sup> *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.

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.<sup>1</sup>

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

---

<sup>1</sup> *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.

с учетом тенденций мультимедиатизации 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. Подростки<sup>1</sup> 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 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

---

<sup>1</sup> 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.

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. Варганова, «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»<sup>1</sup>. В связи с такой широкой трактовкой *медиа* используется как составная часть однословных терминов *медиафера*, *медиаресурсы*, *медиапотребление*, *медиакоммуникация*, *медиаисследования*, *медиаохват*, *медиаконтент* 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 *медиапотребление* используется нами в значении, сформулированном на основе обобщения дефиниций, предложенных в социологических, психологических, филологических исследованиях<sup>2</sup>, а также на

---

<sup>1</sup> Варганова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е. Л. Варганова. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 63–64.

<sup>2</sup> 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. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе / В. П. Коломиец // 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. Варганов, Д. Ю. Кульчицкая [и др.] // Вестник Московского университета. 2019. Серия 10: Журналистика. №2. С. 3–28; Хворова В. А. Медиапотребление

основе традиции его применения в аналитических отчетах агентств<sup>1</sup>. *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 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;

---

современной молодежной аудитории: проблема формирования ценностных ориентиров: дис. ...канд. филол. наук / В. А. Хворова. Тамбов, 2023. 164 с. и др.

<sup>1</sup> *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).

– 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 медиакоммуникаций 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.

# ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ И ПРАКТИКА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ

## 1.1. Теоретические подходы к изучению детского телевидения

29 мая 2015 года Правительство Российской Федерации утвердило «Стратегию развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года». Одной из ее приоритетных задач признано воспитание новых поколений, разделяющих традиционные нравственные ценности, готовых к мирному созиданию и защите Родины, при этом значительная роль в вопросе воспитания отводится информационным ресурсам, в том числе сети «Интернет», для оказания содействия «популяризации в информационном пространстве традиционных российских культурных, в том числе эстетических, нравственных и семейных, ценностей и норм поведения», а также воспитания «в детях умения совершать правильный выбор в условиях возможного негативного воздействия информационных ресурсов» и обеспечения «условий защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и психическому развитию»<sup>1</sup>. Эти и другие положения стратегии, по сути, выявляют болевые точки современной воспитательной политики в Российской Федерации, которые существуют в условиях развития информационного общества.

Согласно данным компании медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ «Медиаскоп», активность населения России в медийном пространстве в первую очередь связана с просмотром программ национального телевидения. Так, среднесуточный охват его каналов на октябрь 2022 года составлял 64 % (ср. также в 2021 году – 63 %), тогда как самый высокий показатель медиаохвата

---

<sup>1</sup> *Об утверждении* Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 N 996-р [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_180402/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/) (дата обращения: 10.05.2025).

интернет-каналов – социальной сети «ВКонтакте» – продемонстрировал 43 % в 2022 году (и 37 % соответственно в 2021)<sup>1</sup>. Таким образом, несмотря на активный рост числа интернет-пользователей, на сегодняшний день самым популярным электронным средством массовой информации в России остается телевидение.

Более того, анализ жанровой структуры телепросмотров в 2022 году показывает, что процент времени просмотра детского контента, обозначенного исследователями «Медиаскопа» «детский + анимация», целевой аудиторией которого являются зрители от 4 до 17 лет, «от всего времени просмотра ТВ среди населения», составляет 43 %<sup>2</sup>. Это самый большой процент предпочтений по сравнению с просмотром других передач всеми возрастными категориями зрителей (ср. самый популярный контент – сериалы – среди всех возрастных категорий зрителей занимает максимум 27 % времени)<sup>3</sup>. Показатели свидетельствуют о том, что телевидению пока отводится существенное место в качестве информационно-развлекательного ресурса, в том числе и в предпочтениях детской аудитории, по крайней мере ее части.

Вопрос влияния телевизионного и другого медиаконтента на зрителя, в частности на детскую аудиторию, находится в фокусе внимания исследователей, которые изучают данную проблему в разных аспектах. Прежде всего, специалисты поднимают вопрос необходимости комплексных систематических исследований в разных аспектах воздействия медиадискурсивных практик на молодое поколение<sup>4</sup>. Так, Е. Л. Проскурнова, рассматривая причины снижения интереса

---

<sup>1</sup> *Медиа 2022* День Бренда Ксения Ачкасова.pdf [Электронный ресурс] // Mediascope. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/1f6/8ha9kkrstxq4eed12mn3p8s6k5sglgnn/Медиа%202022%20День%20Бренда%20Ксения%20Ачкасова.pdf>. (дата обращения: 22.01.2025).

<sup>2</sup> *CSTB\_медиапотребление.pdf* [Электронный ресурс] // Mediascope. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB\\_медиапотребление.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB_медиапотребление.pdf). (дата обращения: 22.01.2025).

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> *Адамьянц Т. З.* Дети в современной социокультурной среде / Т. З. Адамьянц // Россия реформирующаяся. 2009. № 8. С. 404–417; *Адамьянц Т. З.* Социоментальная личность (Опыт изучения «картин мира» современных подростков) / Т. З. Адамьянц // Мир психологии. 2012. № 3(71). С. 163–173; *Вьюгина Д. М.* Особенности медиапотребления современной российской молодежи (на примере Москвы и Московской области): автореф. дис... канд. филол. наук:

молодежи к телевизионному контенту в условиях дигитализации, отмечает: «Паттерны поведения молодёжи в моменты взаимодействия с медиа недостаточно осмыслены телевизионным сообществом, а некоторые запросы публики откровенно игнорируются журналистами и медиаменеджерами, что делает разработку универсальной концепции дальнейшего развития новостного телевидения невозможной»<sup>1</sup>. Кроме того, остро стоит вопрос о разрыве между поколениями, о сокращении влияния родителей, семьи, школы на формирование личности ребенка, что проявляется в девальвации в глазах детей традиционных ценностей как внутрисемейных, так и социокультурных, к которым относятся уважение к старшим, к культурному наследию, любовь и дружба, патриотизм и др. Н. Г. Шестерикова, изучающая ориентиры нравственного воспитания подростков, в результате опроса учащихся 9–11 классов установила, что в число их главных ценностей «вошли счастье, любовь и свобода. При этом в большинстве случаев счастье понималось как успех, удовольствие, кайф, беззаботность, покой, отсутствие нужды. Любовь 54 % респондентов пояснили как привязанность к человеку противоположного пола, 30 % отметили любовь к родным и близким. Не было ни одного ответа, где бы это чувство распространялось на отношение к Родине или природе. Свободу 22 % учащихся описали как вседозволенность, 48,6 % как полную независимость и неограниченность своих действий и мыслей, 14,2 % затруднились ответить»; отсюда исследователь делает вывод, что «данные ответы лишней раз подтверждают гедонистическую позицию современных

---

10.01.10 / Д. М. Вьюгина. М., 2019. 32 с.; *Князев А. А.* Медиаобразование как средство нравственного воспитания подростков: практический аспект / А. А. Князев, Е. В. Мурюкина // *Медиаобразование*. 2017. № 2. С. 74–85; *Проскурнова Е. Л.* Методы повышения популярности новостного телевидения в условиях дигитализации: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Е. Л. Проскурнова. М., 2021. 22 с.; *Теоретические аспекты изучения медиапотребления Российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения* / Д. В. Дунас, С. А. Вартанов, Д. Ю. Кульчицкая, Е. А. Салихова, А. В. Толоконникова // *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 3–28 и др.

<sup>1</sup> *Проскурнова Е. Л.* Методы повышения популярности новостного телевидения в условиях дигитализации: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Е. Л. Проскурнова. М., 2021. С. 4.

подростков»<sup>1</sup>. При этом СМИ и новые медиа актуализируют инфантилизм, восприятие подростком себя как исключительной личности, агрессивное отношение к другим людям, не вписывающимся в картину мира молодого человека, что выражается, например, в троллинге, преследовании (сталкинге) в социальных сетях, в преувеличенной самооценности личного бренда и др. По точному замечанию Т. И. Петраковой, «информационно-коммуникативные технологии приучили воспринимать мир как большую игру, что искажает представления подростков о личной ответственности за социальное поведение, искажает подлинное понимание успешности, признание того факта, что признание и успешность – это труд, личные достижения и мотивация к саморазвитию»<sup>2</sup>.

Отсюда вытекает и следующая проблема, касающаяся смены акторов влияния: с семьи и школы на медийные ресурсы – СМИ и интернет, – которые оказывают воздействие на формирование мировоззрения ребенка, его морально-нравственных ценностей, коммуникативных навыков, при этом исследователи и практики единодушны во мнении, что сами акторы заинтересованы в первую очередь в получении прибыли, а не в воспитании личности и гражданина<sup>3</sup>. Более того, ряд медиаресурсов может иметь целью оказывать деструктивное влияние на детей и молодежь. Например, как отмечает в своем диссертационном исследовании М. М. Друкер: «Социальные медиа сегодня являются не только одним из ведущих каналов, контент которых активно потребляет молодежь, но и площадкой, где распространяется деструктивная, противоправная и опасная для жизни и психического здоровья информация. В первых числах марта 2021 года

---

<sup>1</sup> Шестирекова Н. Г. Ориентиры нравственного воспитания подростков: аксиологический подход / Н. Г. Шестирекова // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80). С. 245–246. DOI:10.24411/1991-5497-2020-00100.

<sup>2</sup> Петракова Т. И. К вопросу о путях повышения роли информационно-коммуникативных технологии в духовно-нравственном воспитании подростка / Т. И. Петракова // Символ науки. 2019. № 8. С. 39.

<sup>3</sup> 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. 23 с.

Роскомнадзор замедлил трафик Твиттера<sup>1</sup>, обвинив социальную сеть в неудалении противозаконного контента, в том числе 2569 материалов с призывами к совершению суицида несовершеннолетними. Ведомство составило протоколы о неудалении запрещённой информации, в том числе с призывами к суициду, и другими социальными сетями: Фэйсбук<sup>2</sup>, Инстаграм<sup>3</sup>, ТикТок, ВКонтакте, Одноклассники, Телеграм и Ютьюб<sup>4</sup>.

Исследование воздействия на современных детей социокультурной среды, которая включает в себя и телепрограммы, и художественную видеопroduкцию (фильмы, мультфильмы), с точки зрения развития коммуникативных навыков содержится в работах Т. З. Адамьянц, которая видит прямую зависимость между развитием коммуникативных навыков детей и подростков и воспитательным и образовательным содержанием произведений. При этом исследователь подчеркивает, что значительная часть контента, предназначенная для детей в онлайн- и офлайн-пространствах, «ориентирована не на диалог с аудиторией и позитивную социокультурную динамику, а, прежде всего, на получение прибыли или достижение личностного успеха. Механизмов социальной и юридической защиты от подобных форм коммуникации в настоящее время практически нет, а самостоятельно противостоять им могут только представители немногочисленных групп аудитории с высоким уровнем коммуникативных навыков. Для представителей же остальных групп контакты с безбрежным и неоднозначным океаном современной социокультурной продукции чреваты негативными

---

<sup>1</sup> Доступ в России ограничен на основании статьи 15.3 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

<sup>2</sup> Социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

<sup>3</sup> Социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

<sup>4</sup> 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. С. 3.

влияниями на мировидение, морально-нравственные ориентиры, психическое здоровье и социализацию личности»<sup>1</sup>.

Следует отметить, что контент, транслируемый телевидением для детей, в настоящее время более контролируем, нежели содержание ресурсов интернета. По утверждениям специалистов, влияние телеконтента на детскую аудиторию для формирования традиционных нравственных ценностей нельзя недооценивать. Так, например, исследователи из МГУ Л. В. Матвеева и Е. Е. Петракова, изучающие понятие «значимого другого» в применении к телевизионному общению, пишут, что «нравственное воспитание невозможно без предъявления ребенку, подростку “образца” – нравственного поведения, нравственного человека. А поскольку одним из источников предъявления обществу самых разнообразных образцов поведения, отношения к той или иной ситуации, а также образов людей являются СМИ, в частности телевидение, нагрузка на телевизионные образы в плане воспитания и социализации детей и подростков увеличивается»<sup>2</sup>.

В то же время, как показало анонимное анкетирование в интернете, проведенное Е. А. Блюх, подростки чаще смотрят передачи, предназначенные для взрослых, нежели детские каналы. Так, «самыми популярными телеканалами оказались для данной аудитории Первый канал – 36 %, Россия 1 – 26 %, Россия 24 – 15 %, ТНТ – 41,3 %, СТС – 37 %, телеканал Пятница – 30,4 %, ТВ 3 – 13 %, МузТВ – 13 %», а каналы «Карусель» и Disney смотрят 6 и 10 % соответственно<sup>3</sup>. При этом наиболее популярными передачами являются реалити-шоу типа «Дом-2» и ситкомы типа «Универ», «Воронины» и др., транслирующие сомнительные с точки зрения этического и эстетического воспитания нормы поведения.

---

<sup>1</sup> *Адамьянц Т. З.* Дети в современной социокультурной среде / Т. З. Адамьянц // Россия реформирующаяся. 2009. № 8. С. 415.

<sup>2</sup> *Матвеева Л. В., Петракова Е. Е.* Значимый другой в телевизионном общении / Л. В. Матвеева, Е. Е. Петракова // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. 2014. № 9. С. 42.

<sup>3</sup> *Блюх Е. А.* Развитие медиакомпетенций детей и подростков посредством телевидения / Е. А. Блюх // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 5 (22). С. 13.

Вопросы, которые ставятся отечественными учеными: о влиянии медийного дискурса на формирование мировоззрения детей и морально-нравственного климата в детской аудитории, говорят об актуальности исследований в этой области в XXI веке в разных странах, что получает освещение в работах и зарубежных ученых<sup>1</sup>. Так, британский исследователь Шалом М. Фиш в монографии о роли образовательного телевидения в жизни детей и их семей, полагает, что образовательные программы могут открыть детской аудитории дорогу к новому опыту, обогащать академические знания, укреплять мотивацию к получению образования, а также развивать социальные навыки. Шалом М. Фиш считает, что в детские программы можно включать и взрослый контент, если в этом есть необходимость, например, для развития социальных навыков. При этом нужно учитывать, что дети могут смотреть телепрограммы одни или вместе с родителями, и особое внимание следует обращать на те ситуации, когда ребенок смотрит телевизор самостоятельно. Кроме того, автор обобщает эмпирические данные о влиянии образовательных телевизионных программ, как академических, так и просоциальных, на развитие знаний, навыков, формирование морально-нравственных установок в поведении детей. В то же время ученый отмечает, что тема «дети и телевидение» остается недостаточно изученной<sup>2</sup>.

Другой актуальной темой в трудах зарубежных ученых является воздействие мультипликационных фильмов, транслируемых по телевидению, на развитие детей в раннем возрасте. Египетские исследователи К. Хабиб и Т. Солиман, анализируя

---

<sup>1</sup> *Comstock G. Media and the American Child / G. Comstock, E. Scharre. Academic Press, 2007. 392 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.*; *Habib K. Cartoons' Effect in Changing Children Mental Response and Behavior / K. Habib, T. Soliman // Open Journal of Social Sciences. 2015. № 3. P. 248—264*; *Iamurai S. Positive Cartoon Animation to Change Children Behaviors in Primary Schools / S. Iamurai // International Conference on Primary Education. 2009. P. 1—6*; *Price M. TV violence harms children, APA member testifies to Congress/ M. Price // Monitor on Psychology. A Publication of the American Psychological Association. September 2007. Vol. 38. № 8. P. 16*; *Pieper Ch. Cultural Dimensions / Ch. Pieper // L. R. Kurtz (Ed.). Encyclopedia of Violence, Peace, & Conflict. Academic Press, 2022. 476 p. et al.*

<sup>2</sup> *Fisch S. M. Children's learning from educational television: Sesame Street and beyond / S. M. Fisch. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. 238 p.*

влияние мультфильмов на изменение психических реакций и поведения детей, отмечают, что хорошо написанный сценарий, качественные аудио- и визуальные эффекты и симпатичный персонаж являются основными факторами, которые заставляют ребенка полюбить героя мультфильма, и достаточные для того, чтобы его мозг начал автоматически следовать его пути и пытаться подражать даже в мельчайших деталях, включая манеру говорить, мышление, язык тела и манеру одеваться<sup>1</sup>. Авторы анализируют мультфильмы, выделяя в них взрослый контент, связанный с сексуальной тематикой, агрессией и другими явлениями, которые могут негативно влиять на детскую аудиторию. Исследователи подтверждают свою мысль и эмпирическими данными, полученными другими учеными, которые установили, что, например, после просмотра сцены, где один персонаж бьет другого по голове чем-то тяжелым и твердым, и это выглядит смешно, в представлениях ребенка происходит нарушение логических связей между реальностью и изображением, поскольку состояния «больно» и «смешно» вступают в противоречие, у детей появляется желание повторить действия героя. Кроме того, насилие, не в меру и беспричинно проявляющееся в телевизионных мультфильмах, вызывает чрезмерное увеличение выработки адреналина, что приводит к нестабильному состоянию ума<sup>2</sup>.

Американский исследователь, изучающий проблемы социализации детей, Джошуа Мейровиц в работе о влиянии электронных медиа на социальное поведение отмечает, что в век телевидения дети проходят уровень социализации быстрее и примеряют «взрослые» роли раньше положенного им возраста, в отличие от условий, в которых происходило взросление их ровесников в прошлом. Другая проблема современности, по мнению ученого, состоит в том, что взрослые, упустив своё детство и не наигравшись в нём, сидят в компьютерных играх, пытаясь наверстать детские годы, что приводит к гомогенизации развития

---

<sup>1</sup> *Habib K. Cartoons' Effect in Changing Children Mental Response and Behavior / K. Habib, T. Soliman // Open Journal of Social Sciences. 2015. № 3. P. 250.*

<sup>2</sup> *Ibid., P. 262.*

человека, проявляющейся как в возрастном аспекте, так и в гендерном отношении, где грани между взрослым и ребёнком стираются, а манера поведения становится андрогинной<sup>1</sup>.

В диссертационном исследовании Цао Юй рассматривает практику Китая, где детское телевидение плодотворно и качественно работает при поддержке государства на экономическом и юридическом уровнях. Несмотря на это, автор исследования указывает на наличие важной проблемы детского телевидения КНР, которой «становится чрезмерная развлекательность и примитивизация телевизионного контента. Для того чтобы собрать бóльшую аудиторию в условиях конкуренции с интернет-СМИ, детское телевидение увеличивает долю развлекательных передач, порой нарушающих моральные и этические нормы с целью привлечения зрителей, а также сокращая количество программ, реализующих воспитательную и образовательную функции»<sup>2</sup>. Автор отмечает, что китайские ученые изучают функции и тематику детских телепередач, особенности учебного телевидения и др., а также их влияние на детскую аудиторию в условиях конкуренции с новыми медиа<sup>3</sup>. В то же время Цао Юй подчеркивает, что исследований, посвященных детскому телевидению, и в Китае недостаточно.

Таким образом, функционирование детского телевидения как в России, так и в других странах остается актуальной проблемой, недостаточно изученной и требующей длительных комплексных исследований, информационная среда

---

<sup>1</sup> *Meyrowitz J.* No sense of plate: The impact of electronic media on social behavior / J. Meyrowitz. N.Y.: Oxford University Press, 1985. 416 p.

<sup>2</sup> *Цао Юй.* Детское телевидение в Китае: особенности программирования и контент-стратегий в цифровую эпоху: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Цао Юй. М., 2021. С. 3.

<sup>3</sup> *Ван Жотин.* Повышенное внимание к ребенку и повышение качества детского телеконтента (на примере программы «Дерево мудрости») / Ван Жотин, Чжао Ян // Вестник радио и телевидения КНР. 2011. № 6. С. 59–60 (на кит.яз.); *У Булин, Дун Ди.* Исследование вопроса инноваций в детских программах в рамках медиаконвергенции / У Булин, Дун Ди // Сила коммуникации. 2019. № 22. С. 78 (на кит.яз.); *Янь Хуань.* Телевидение и психология несовершеннолетних. Пекин: Изд-во Китайского ун-та коммуникаций, 2009. (на кит.яз.); *Чэн Хуа.* Статус и конвергенция детских телеканалов / Чэн Хуа // Комментарии СМИ. 2017. № 9. С. 93–94. (на кит.яз.).

постоянно изменяется, появляются новые медиа, конкурирующие с традиционными. Изучение влияния медийного дискурса на детскую аудиторию необходимо, потому что психологи, социологи и другие эксперты, констатируют негативное влияние современного контента, содержащего сцены насилия, издевательства, секса, а также делающего акцент на развлекательности в ущерб познавательной информации. Этим обусловлена актуальность нашего исследования, одним из результатов которого станет выработка рекомендаций для акторов, которые могут влиять на определение содержания телевизионных программ.

Современные исследователи, анализируя телевизионный контент для детей, выделяют задачи, которые должны реализовывать телепрограммы<sup>1</sup>. Так, на примере новостной программы Челябинского телевидения для детей «Школьные вести», которая идет после новостей на «Россия 24», Е. А. Блюх показывает, как путем создания особого рода содержания программ решаются воспитательные задачи. В течение 15 минут один раз в две недели создатели программы показывают репортажи о событиях для детей (олимпиады, фестивали и др.), реализованных ребятами социальных проектах (субботники, благотворительные ярмарки и др.), научной деятельности (конструирование, робототехника и др.), истории успеха (о кадетках-спасателях, талантливых ребятах и др.), истории героизма (на примерах героических поступков детей и взрослых), профессиях и др. Исследователь справедливо отмечает, что эта небольшая работа в рамках одной программы должна стать системной и в других форматах, например, когда медиаконтент готовят сами дети, «ведь неизвестно, кто вырастет из этого маленького “человечка”, возможно, тот самый директор телеканала, и, может быть,

---

<sup>1</sup> Блюх Е. А. Развитие медиакомпетенций детей и подростков посредством телевидения / Е. А. Блюх // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 5 (22). С. 12–17; 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.; 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.; Леван Т. Н. Здоровье ребенка в современной информационной среде. М.: Форум, 2022. 224 с. и др.

благодаря всеобщим усилиям в сфере медиаобразования и воспитания в сетке вещания появится больше качественных детских передач без пошлости и агрессии»<sup>1</sup>

В диссертационной работе К. В. Громовой, рассматривающей телевизионный детско-юношеский контент 2008–2014 гг. с точки зрения его функций, выстроена структура задач детского телевидения. Особое значение исследователь придает образовательной функции, рассматривая ее как одну из главных при создании передачи вне зависимости от возрастной категории зрителей – от 3-х лет (например, «АБВГДейка» на канале «ТВ Центр») до 17 (например, «ACADEMIA» на телеканале «Россия К»); к образовательной примыкает культурно-просветительская функция, которую призван реализовывать, например, проект на «Россия К», представляющий собой цикл передач для школьников «Живое дерево ремесел»; воспитательная функция детского телевидения решает проблему социализации ребенка, формирование его личностных качеств и мировоззренческих установок (например, «Спокойной ночи, малыши!» для младшей группы зрителей и для старшей возрастной категории программы «Кто мы...», «Россия, любовь моя!»); к сожалению, как справедливо замечает К. В. Громова, для возрастной категории 7–10 лет есть только мультфильмы и игровые программы); особой функцией является нормативная, пропагандирующая образцы поведения, нормы жизни в социуме, приверженность традициям своего народа, принятие социальных ценностей. Исследователь заключает, что без реализации этих функций не должны выпускаться детско-юношеские программы, напротив, образовательная, культурно-просветительская, воспитательная и нормативная должны быть «воплощены в передачах любого

---

<sup>1</sup> Блюх Е. А. Развитие медиакомпетенций детей и подростков посредством телевидения / Е. А. Блюх // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 5(22). С. 16.

жанра, ориентированных на каждую возрастную группу в соответствии с ее психологическими и физическими особенностями»<sup>1</sup>.

А. Г. Асмолов и Н. А. Пастернак пишут о том, что для воспитания ребенка важно создавать особую среду, в которой формируется «культура ДОСТОИНСТВА», включающая в себя установки на коллективизм, альтруизм, любовь к близким, природе, своему Отечеству и др. Исследователи противопоставляют ей «культуру ПОЛЕЗНОСТИ»<sup>2</sup>, в которой человек, совершая те или иные поступки, руководствуется принципом выгоды этих поступков для себя. На основе установок первого типа культуры ребенок учится понимать и принимать свои чувства, управлять своими эмоциями, в то же время проявлять эмпатию; это дает возможность продуктивно взаимодействовать с другими людьми, находить компромисс, работать и общаться в команде, устанавливать контакт с собеседником, слушать, слышать и вступать в диалог, проводить дискуссии на различные темы, обсуждать и принимать решения в коллективе для решения поставленных задач, владеть различными социальными ролями в коллективе, креативно и творчески мыслить, организовывать творческий процесс и др. Данные умения позволят ребенку в перспективе эффективно выполнять типичные социальные роли гражданина и работника, заниматься разнообразными видами деятельности, наиболее подходящими тем или иным социально-личностным компетенциям, работать в команде<sup>3</sup>.

Анализу социальной роли СМИ в условиях трансформаций современного государства и общества, в частности детского телевидения, помимо представленных выше работ, посвящены также диссертационные и монографические исследования Е. Л. Вартаковой, Н. С. Гегеловой, А. Г. Когатько,

---

<sup>1</sup> 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. С. 13—21.

<sup>2</sup> Асмолов А. Г., Пастернак Н. А. Ребенок в культуре взрослых / А. Г. Асмолов, Н. А. Пастернак. Москва: Издательство Юрайт, 2023. С. 4.

<sup>3</sup> Там же.

Ф. О. Марченко, Е. Н. Молчанова, А. В. Петрунько, Ю. С. Рысина, А. Р. Сагитова, Л. П. Свитич, А. Ю. Ширяевой<sup>1</sup> и других ученых, рассматривающих роль телевидения в разных аспектах, подчеркивая огромное влияние ТВ на зрительскую аудиторию, особенно детскую. При этом исследователи практически единодушны во мнении, что качество детского контента существенно снизилось. В диссертации Ф. О. Марченко, раскрывающей историко-психологическую составляющую образовательных детских телепрограмм, отмечается, что быстрое развитие и производство детских телепрограмм сказывается на снижении их качества. Во многом, по мнению исследователя, это связано с тем, что большинство создателей детских телеканалов, среди которых продюсеры, режиссёры, ассистенты, сценаристы и др., не обладают соответствующими знаниями детской психологии и особенностей развития аудитории младшего возраста. В результате отсутствие экспертов среди разработчиков детских программ сказывается на качестве телепрограмм, которые всё чаще наполняются содержанием, напоминающим содержание взрослых фильмов. Кроме того, многие детские телеканалы покрывают свой бюджет за счёт иностранных мультфильмов или телепередач, а также используют советские мультфильмы или сказки, не создавая заказ на новые произведения для детей. Ф. О. Марченко пишет: «Зарубежный опыт психологического обоснования содержания программ для детей не может

---

<sup>1</sup> *Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013. 275 с.; *Гегелова Н. С.* Культурно-просветительская миссия телевидения: автореф. дисс. д-ра филол. наук: 10.01.10 / Н. С. Гегелова. М., 2012. 25 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.; *Марченко Ф. О.* Историко-психологический анализ экспертизы качества образовательных программ детского телевидения: автореф. дисс. канд. псих. наук: 19.00.01 / Ф. О. Марченко. М., 2012. 26 с.; *Молчанова Е. Н.* Телевидение в культуре современного информационного общества: дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / Е. Н. Молчанова. Ставрополь, 2005. 149 с.; *Петрунько А. В.* Дети и медиа: социализация в агрессивной медиасреде: монография / А. В. Петрунько. Нежин, 2011. 480 с.; *Рысин Ю. С.* Социально-информационные опасности телерадиовещания и информационных технологий / Ю. С. Рысин. М: Гелеос АРВ, 2014. 272 с.; *Сагитов А. Р.* Роль телевидения как социального института в социализации личности в современном обществе: диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук: 22.00.04 / А. Р. Сагитов. Уфа, 2009. 154 с.; *Свитич Л. Г.* Журналистское образование: взгляд социолога / Л. Г. Свитич, А. Ю. Ширяева ; под. ред. проф. Я.Н. Засурского. М.: Издательство ИКАР, 2012. 510 с. и др.

учитывать отечественные воспитательные, научные традиции, и зачастую отвергается организаторами телепроизводства как избыточный, дорогостоящий»<sup>1</sup>.

Актуальность данной проблемы подтверждается в диссертации А. Г. Когатько. В результате анализа состояния современного детского телевидения автор разработал концепцию, в основе которой лежит идея развивающего телевидения для детей, и его перспективную модель. Исследователь отмечает, что «вопрос внутреннего содержания телевидения для детей тесно увязан с актуальной для современного российского общества проблемой определения новых идеалов, смысловых и духовно-нравственных ориентиров. Всеобщий мировоззренческий кризис симптоматичен и для детского экрана»<sup>2</sup>. При этом значительную роль А. Г. Когатько отводит государству, которое сняло с себя ответственность за формирование политики детского вещания, и все-таки должно взять на себя функцию определять направления развития детского телевидения, переориентируя его с преимущественно развлекательного содержания на развивающее и воспитательное.

По этому поводу психолог О. Маховская отмечает, что специалисты, занимающиеся вопросами образования и воспитания детей, должны участвовать в процессе производства детских программ, «начиная с формирования концепции программ и заканчивая предварительным просмотром пилотных выпусков в детских садах»<sup>3</sup>. Силу воздействия на детей телевидения нельзя недооценивать. Исследователи сходятся во мнении, что в XXI веке детское телевидение выступает социальным институтом наравне с семьёй, детсадовским и школьным сообществом. Очевидно, что телевидение, отличаясь от театра и кино доступной

---

<sup>1</sup> Марченко Ф. О. Историко-психологический анализ экспертизы качества образовательных программ детского телевидения: автореф. дисс. канд. псих. наук: 19.00.01 / Ф. О. Марченко. М., 2012. С. 3.

<sup>2</sup> Когатько А. Г. Телевидение для детей: теория, история, перспективная модель функционирования: дис. канд. филол. наук: 10.01.10 / А. Г. Когатько. М., 2007. С. 3.

<sup>3</sup> Маховская О. «Экранное поколение»: искаженная картина мира? [Электронный ресурс] / О. Маховская // Наша Психология. URL: <https://www.psych.ru/ekrannoe-pokolenie-iskazhennaya-kartina-mira/> (дата обращения: 10.05.2025).

средой, разнообразием форм и видов телепрограмм, пользуется у определенной части детей большой популярностью, благодаря в том числе красочности, спецэффектам и т. д., влияя во многом на моделирование поведения детей и их родителей, на выработку потребительского спроса. В то же время в связи с тем, что интернет-платформы развиваются всё быстрее, подростки всё чаще проводят время на них, но зрители младшего возраста предпочитают телевизионные программы, потому что они доступнее<sup>1</sup>.

Между тем нельзя и переоценивать роль телевидения в развитии детей. Не вызывает сомнения необходимость разнообразия деятельности детей, невозможно весь день просидеть перед телевизором: К. В. Громова подчеркивает, что необходимо разграничивать дневное расписание ребёнка чтением книг, прогулками, развивающими занятиями, поскольку для ребёнка отдых – это занятие чем-то новым, интересным, увлекательным. Все проведённые за день занятия должны быть направлены на воспитание нравственного поведения и развитие маленького человека. Такие же требования должны предъявляться и к телепрограммам<sup>2</sup>.

Формирование контента для потребления детской зрительской аудиторией должно опираться на возрастную психологию и особенности социализации ребенка в зависимости от периода его жизни. Известно, что предпочтения детей в зависимости от данных параметров существенно различаются и сила воздействия содержания программы на умы детей также неоднородна. Используя

---

<sup>1</sup> Еникеева Л. А. Анализ состояния и развития типологии современной аудитории российского телевидения / Л. А. Еникеева, Е. В. Стельмашонок, Э. А. Порохов // Петербургский экономический журнал. 2020. № 2. С. 92–97. DOI 10.24411/2307-5368-2020-10011; Мыгаль М. С. Проблемы детского телевидения в России / М. С. Мыгаль // Science Time. 2016. № 2 (26). С. 420–426; Теоретические аспекты изучения медиапотребления Российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения / Д. В. Дунас, С. А. Вартанов, Д. Ю. Кульчицкая, Е. А. Салихова, А. В. Толоконникова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 3–28.

<sup>2</sup> Громова К. В. Основные требования к медиаконтенту для детей школьного возраста (школьников) / К. В. Громова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 3/2. С. 207–211.

традиционную российскую классификацию детей в зависимости от возраста, К. В. Громова так характеризует возрастные особенности детской телеаудитории<sup>1</sup>:

*Первая группа* от 0 до 3 лет – это самые маленькие зрители, которых в телепередачах привлекают яркие краски, громкая и ритмичная музыка, видеоряд, который меняется на экране достаточно быстро, – все это приковывает взгляд ребёнка. Определённая тематика таких телепередач становится для детей материалом для знакомства с большим и неизведанным миром, при этом самыми любимыми персонажами у малышей являются животные. Важно учитывать, что ребёнок не может ещё определить, какие передачи смотреть, он смотрит всё подряд. Поэтому родителям стоит ограничивать просмотр телепрограмм в этом возрасте, а также подбирать самые добрые, развивающие и простые по своему содержанию программы. К ним относятся передачи «Доброе утро, малыши!», «Спокойной ночи, малыши!» и «Время малышей», а также мультфильм «Деревяшки», который ориентирован на младшую аудиторию.

*Вторая группа* детей от 3 до 6 лет требует постоянного общения, у ребёнка появляется потребность поделиться накопленным опытом, впечатлениями, информацией, которую он увидел или услышал. Следовательно, можно предположить, что в данном возрасте формируются социальные, коммуникативные навыки и привычки. Очень важно, чтобы в это время дети участвовали в ролевых играх с интересными и жизненными сюжетами, например, профессионально-ориентированными (игра в учителя, пожарного, врача и т. д.); социальной направленности: дочери-матери, мамин помощник, детский сад или школа и т. д. В этих играх ребёнок может поделиться своими эмоциями, выстроить определённую манеру поведения, подражая взрослым.

---

<sup>1</sup> Описываемая далее классификация содержания детского контента в зависимости от возраста основывается на исследованиях К. В. Громовой: *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.

*Третья группа* включает в себя детей 5–6 лет, это возраст, когда они пытаются дать оценку своим поступкам, внешнему виду, у них вырабатывается собственное «Я». Ребёнок в этот период взросления ребенок уже может отличить хорошее от плохого, доброе от злого, если у него сформированы представления об этих нравственных категориях. В связи с этим можно утверждать, что телепередачи должны быть поучающими, чтобы ребёнок мог сделать для себя после просмотра правильные морально-нравственные выводы, правильно оценить действия персонажей и т. д. При этом нужно не забывать о том, что телевизионные телепередачи адекватно воспринимаются, когда они простые, увлекательные. Зачастую, дети данного возраста воспринимают информацию, примеряя её на себя, то есть если подача будет оформлена в виде истории про какого-либо животного и его детёныша, про сказочных персонажей, то ребёнку легче её будет воспринять, чему-то научиться. Поэтому создателям детского контента необходимо направить творческие усилия на постановку добрых передач, без демонстрации насилия и агрессии, что будет способствовать развитию эстетических и воспитательных представлений ребенка о мире, а также поможет оградить его от негативных переживаний. Как считает К. В. Громова, сюжет не должен быть перегружен деталями, а оставался прозрачным для понимания детьми. При этом продолжительность телепередачи или мультфильма должна составлять не более 15-20 минут для детей 3-5 лет, и до 30 минут для детей 5-6 лет. Эти правила применимы как для телепередач, так и мультфильмов.

*Четвертая группа* от 7 до 10 лет характеризуется переходом ребёнка к более значимой и серьёзной деятельности, поскольку начинается школьный период. Привычный уклад жизни ребенка меняется, распорядок дня подстраивается под школьное расписание, формируются новые условия коммуникации, складываются межличностные отношения с детьми и взрослыми, неизвестные ребенку ранее. В данный период ребёнку интересны яркие картинки, динамичная смена декораций, телепередачи и другой видеоконтент, который обращается к эмоциям ребенка. Ему трудно долго сосредоточивать внимание, он скучает от монотонной

работы, ещё не сформирована усидчивость. Поэтому детский телевизионный материал должен быть познавательным, обучающим, кратким и представляться в игровой форме.

*Пятую группу* составляют дети от 11 до 15 лет, перешедшие на новый этап взросления – подростковый, когда ребёнок взрослеет, чувствует себя полноценным членом общества, хочет, чтобы с его мнением считались. У подростка формируется представление о своём «Я», появляется определённая манера поведения, которая нередко строится на протесте против мира взрослых, многие подростки чувствуют внутренний дискомфорт. В этот период стоит прививать ребёнку навыки этикетного поведения, основанного на этических представлениях об отношениях с другими людьми. Для многих подростков в этом возрасте характерна замкнутость, они не могут поделиться новыми впечатлениями и переживаниями, поэтому ищут ответы в телепередачах. Образы героев, которые видит подросток на экранах телевизоров, становятся для него предметом для подражания, появляются кумиры. Здесь важно в передачах и фильмах создавать положительные примеры поведения героев. К сожалению, для данного возраста не так много телепередач, поэтому ребёнку либо приходится смотреть детские мультфильмы, либо переключаться на взрослые каналы, где содержание передач и фильмов зачастую содержит агрессивный контент, не предназначенный для детской психики.

*Шестую группу* от 15 до 17 лет составляют юноши и девушки, считающие себя взрослыми людьми, они открыты для познания окружающего мира, имеют уже более сознательный взгляд на жизнь. Для этого возраста характерны глубокие или обостренные эмоциональные переживания, среди которых, например, чувство влюблённости, критическая самооценка, которая часто зависит от внешних данных старшего подростка. В этот период активно развиваются умственные и интеллектуальные способности детей, проходит период полового созревания. Поэтому телепередачи хотелось бы видеть обучающими, профессионально-ориентированными, то есть полезными для взрослеющих детей, но в тоже время доступными для понимания и помогающими им социализироваться. При этом

юношеству интересны фильмы и передачи, где показаны внутренние переживания персонажей, особенно привлекают реальные истории из жизни. К 17 годам ребёнок готовится к выпускным экзаменам, поэтому телепередачи должны мотивировать подростка к приобретению культурных и исторических знаний, к духовному обогащению.

Важно отметить, что все указанные К. В. Громовой возрастные группы имеют общий интерес к одному из наиболее распространенных видов детского контента на современном телевидении – к мультипликационным фильмам, поэтому далее подробнее рассмотрим особенности современной анимации и ее влияние на юное поколение.

Множество исследований посвящено именно этому видеоматериалу<sup>1</sup>. Обобщая информацию о влиянии современной мультипликации на становление и развитие личности ребенка, обозначим основные тезисы, выдвинутые исследователями.

Зарубежные и отечественные эксперты указывают на то, что мультипликация, несомненно, оказывает положительное влияние на ребенка. Содержание мультфильма может прививать детям нормы поведения, такие как послушание, вежливость, помощь бедным, пожилым и больным людям, умение

---

<sup>1</sup> *Алешкин Н. И.* Влияние мультипликационных фильмов агрессивного содержания на поведение детей дошкольного возраста / Н. И. Алешкин, И. А. Щукина // Сибирский психологический журнал. 2002. № 16–17. С. 56–61; *Возрастные* особенности восприятия мультфильмов дошкольниками / Е. О. Смирнова, М. В. Соколова, Н. Ю. Матушкина, С. Ю. Смирнова // Вопросы психологии. 2014. № 5. С. 33–45; *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.; *Куниченко О. В.* Особенности воспитания нравственного поведения старших школьников средствами мультипликационных фильмов: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / О. В. Куниченко. Волгоград, 2015. 28 с.; *Леонтьева Т. В.* Визуальный образ семьи в современных российских мультипликационных фильмах (опыт социологического анализа детского восприятия): автореф. дис. ... канд. соц. наук: 5.4.4 / Т. В. Леонтьева. М., 2022. 28 с.; *Николаева Е. В.* Влияние мультипликационных фильмов на агрессивное поведение детей старшего дошкольного возраста / Е. В. Николаева, И. И. Охлопкова // Международный научный вестник. 2016. № 6. С. 116; *Шариков А. В.* Место анимации в жизни младших дошкольников / А. В. Шариков, Ю. В. Айгистова // Культурно-историческая психология. 2014. Т. 10. № 4. С. 72–79.

работать в группе, то есть вырабатывать «хорошую привычку к позитивному мышлению в социальной коммуникации»<sup>1</sup>. В детстве развиваются познавательные способности ребенка: в мультфильмах он может находить разные, новые для себя способы решения задач, учиться думать о последствиях своих действий, искать для себя любимое увлечение и др. Мультфильмы также обучают безопасному поведению, погружая зрителей в ситуации, таящие опасность, связанные с высотой, огнем, электричеством, дорожным движением и многим другим. Следует отметить, что если содержание мультфильма представлено привлекательно, то дети усваивают этот опыт, приобретают важные навыки. При этом, как отмечают исследователи, необходимо представлять в содержании мультфильмов четкие этические ориентиры – определенность понятий добра и зла, положительных и отрицательных персонажей. По мнению экспертов, именно в детстве человек органично осваивает богатство культурного художественного наследия, созданного для детей. Доступный юмор также развивает интеллектуальную сферу ребёнка. Кроме того, способность к эмпатии развивается во многом благодаря сопереживанию персонажу.

Содержание фильма, поведение героев, их внешний вид при просмотре анимационного произведения ребенком связываются им с реальной жизнью, в результате могут возникнуть эффекты идентификации своей жизни с ситуациями в фильме и подражания его героям. Эмпирические данные, полученные разными исследователями, можно обобщить следующим заключением: «Ситуация переноса моральных установок фильма на собственное поведение способствовала перенесению ребёнком опыта проживания сюжета, нравственных смыслов мультфильма в реальные взаимоотношения с окружающими и создавала условия и

---

<sup>1</sup> *Iamurai S. Positive Cartoon Animation to Change Children Behaviors in Primary Schools / S. Iamurai // International Conference on Primary Education, 25-27.11.2009. Hong Kong, 2009. P. 1.*

предпосылки для воспитания привычки нравственного поведения, давала возможность упражнения в нравственных поступках»<sup>1</sup>.

Между тем агрессивные сцены в мультфильмах стимулируют произвольное выражение немотивированной злости, жестокости, насилия, притупляют чувство самосохранения. Демонстрация неуважительного отношения к людям, животным и растениям формирует небрежное и жестокое обращение с домашними животными, аморальное поведение в отношении людей. Многочисленные эксперименты отечественных и западных специалистов опровергают мнение, выражаемое некоторыми исследователями и создателями детского контента о «катарсическом, очищающем воздействии агрессивных фильмов», напротив, просмотр сцен, содержащих насилие, увеличивает напряжение, что проявляется в вербальном и невербальном поведении, которое ребенок реализует и посредством защиты, и посредством нападения. При этом «агрессивные мультфильмы по-разному влияют на ребенка в зависимости от содержания мультфильма: инструментально-агрессивного или враждебно-агрессивного. Различия имеют не только количественный, но и качественный характер. Примечательно, что мультфильмы с добрым содержанием не увеличивают и не снижают агрессивность в общении детей»<sup>2</sup>. В то же время, как отмечает практикующий педагог-психолог О. О. Лазарева, эксперименты показали, что после развивающих занятий мультипликационных фильмов выявили, что «мультфильмы с отрицательным содержанием (драками, сценами насилия) способствовали снижению контроля за негативными поступками и проявлению негативных эмоций. Проявление сопереживания, сочувствия в эмоциональных проявлениях детей: снижение агрессивности, объяснение благородных поступков

---

<sup>1</sup> *Куниченко О. В.* Особенности воспитания нравственного поведения старших школьников средствами мультипликационных фильмов: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / О. В. Куниченко. Волгоград, 2015. 28 с.

<sup>2</sup> *Алешкин Н. И.* Влияние мультипликационных фильмов агрессивного содержания на поведение детей дошкольного возраста / Н. И. Алешкин, И. А. Щукина // Сибирский психологический журнал. 2002. № 16–17. С. 61.

положительных героев возрастали (в отличии от ситуации показа мультфильма с отрицательным содержанием)»<sup>1</sup>.

Девиантное поведение героев усваивается детьми и воспринимается как должное. Результатом становится эффект подражания, формируется агрессивное отношение к окружающим, поскольку герой видится как особенный персонаж, поступки которого делают его сильным, независимым, превосходящим других персонажей. При этом надо понимать, что в силу возраста ребенок не способен адекватно оценить поступки героя и их последствия. В связи с чем уродливые герои (мутанты, страшилы и др.) в хорошей и плохой роли приводят к размытому представлению о красоте, добре и зле. Важно подчеркнуть общий вывод исследований по воздействию современной анимации на детей: образ отрицательного героя не просто вписывается в структуру сюжета как противопоставление положительному персонажу, что традиционно представлено в сказках о добре и зле, а навязывается современной анимационной культурой. Д. С. Гордеева в диссертационном исследовании объясняет это так: «Технологические возможности анимации позволили создать новых персонажей, сконструированных по принципу монструозности. В последнее десятилетие количество таких персонажей существенно возросло и это связано не только с возможностями цифровых технологий, но и с рядом социокультурных факторов, которые позволяют использовать визуальный образ монстра для решения проблем толерантности, политкорректности и альтернативной культурной идентичности»<sup>2</sup>.

Следствием стремления к толерантности в отношении героев, показываемых ранее в качестве отрицательных персонажей, которые должны были проиграть положительному герою, стала и демонстрация поведения героев (главным образом западных мультфильмов), не свойственного полу, результатом чего становится

---

<sup>1</sup> Лазарева О. О. Влияние телевидения на эмоции и поведение ребенка / О. О. Лазарева // Научный форум: Педагогика и психология: сб. ст. по материалам V междунар. заочной науч.-практ. конф. 2017. № 3(5). С. 75–91.

<sup>2</sup> Гордеева Д. С. Репрезентация феномена монстра в анимации: автореф. дисс. ... канд. культур.: 24.00.01 / Д. С. Гордеева. Саранск, 2013. С. 5.

смещение гендерных ролей в представлении ребенка. Так, анализируя героев мультфильмов американской студии «The Walt Disney Company» и современной российской «Мельница», А. Э. Байриева приходит к выводу, что «отечественные мультфильмы транслируют в большей степени традиционные гендерные роли и нормы, а в зарубежных мультфильмах – андрогинные, с поправкой на маскулинность женщин и феминизацию мужчин», но в то же время женский образ в российском мультфильме «тоже претерпевает изменения, что связано с медленным, но все же ростом феминизации и эмансипации в российском обществе»<sup>1</sup>. Эту мысль подтверждает и исследование трансформации характеров героинь в современной анимационной продукции «Disney», начиная с 2000 года, в сравнении с образами традиционной сказки: «Теперь героини не мечтают об удачном замужестве, они имеют более рациональные цели, связанные с самореализацией и улучшением своего материального положения. Мы предполагаем, что ребенок, посмотревший современный мультфильм, не будет воспринимать его месседж как послание, что самое главное в жизни девушки, ее успех – “выйти замуж”. Напротив, мультфильм настраивает на желание быть целеустремленной, обладать рациональным расчетом и, благодаря упорству, открыть что-то или помочь кому-то»<sup>2</sup>. Исследователи отмечают, что мультипликационные женские образы активно наделяются чертами феминистки, эмансипированной девушки: «Героиня меняется в зависимости от предпочтений и мировоззрения общества в тот или иной исторический период. Сейчас на пике моды красивая, успешная и свободная в своих поступках девушка, которая может постоять за себя и не стремится обременять жизнь узами брака. Именно такой тип

---

<sup>1</sup> Байриева А. Э. Гендерные модели в зарубежных и отечественных мультипликационных фильмах / А. Э. Байриева // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2019. № 1 (3). С. 414.

<sup>2</sup> Шихавцова П. Гендерные режимы в мультфильмах или о том, какой должна быть современная Золушка / П. Шихавцова // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12 № 1. С. 77. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.4>.

женского образа отражен в последних работах студии «Дисней»»<sup>1</sup>. А. Л. Канукоева подтверждает эти наблюдения, анализируя в мультсериалах «Винкс» и «Бен 10: Инопланетная сверхсила» языковые личности персонажей женского и мужского пола. Исследователь приходит к выводу, что в анимационном произведении выведена «языковая личность персонажа мультипликационного дискурса, которая представляет собой осознанно конструируемую языковую личность, одним из основных параметров речевого поведения и визуального воплощения которой выступает гендер, вследствие чего мультипликационная языковая личность функционирует в рамках мультфильма как символ актуальных для того или иного этнокультурного сообщества представлений о мужественности/женственности и тем самым оказывает влияние на языковую и гендерную социализацию детей-дошкольников, основных адресатов мультдискурса»<sup>2</sup>.

Демонстрация сексуального подтекста в отношениях главных героев часто не соответствует возрасту восприятия. В то же время существует другой взгляд на данный вопрос молодых исследователей, согласно которому, «репрезентация телесности и сексуальности настраивает зрителя на ориентацию, что каждый волен носить то, что ему хочется и выглядеть так, как хочется: в соответствии с современным быстрым темпом жизни предпочтения в одежде отдаются комфорту. Именно поэтому женские персонажи стали носить мешковатую одежду, надевать брючные костюмы, они могут иметь растрепанную прическу»<sup>3</sup>.

Женские образы принцесс, фей и других красавиц, имеющих слишком выраженные некоторые части тела, не прикрытые одеждой, невольно заставляют девочек всматриваться в свои предположительные «недостатки» и стремиться к их исправлению. Даже в анималистических мультфильмах транслируются

---

<sup>1</sup> *Потапова Е. Н.* Роль эмансипации и феминизации в формировании женского образа на примере анимации «The Walt Disney Company» / Е. Н. Потапова // *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* 2017. № 5-3 (71). С. 132.

<sup>2</sup> *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. С. 5–6 с.

<sup>3</sup> Там же. С. 77—78.

стереотипные представления о красоте, «такие персонажи называются красивыми»<sup>1</sup>. При этом по поступкам данных героев «можно сделать вывод об их легкомысленности, избалованности, капризности и некотором эгоизме (по сравнению с остальными персонажами)»<sup>2</sup>. В то же время в восприятии детей формируется представление о том, что красивая внешность находится в приоритете жизненных ценностей: «Постоянство типажей, встречающихся в современных мультфильмах, приучает детей к мысли, что некрасивые люди – обязательно плохие, а красивые, напротив, всегда хорошие, помогает ребенку выстроить определенные ожидания от людей, обладающих той или иной внешностью. Именно оценка всего человека по одному лишь его внешнему виду может привести к дискриминации по внешности, даровав одним незаслуженные привилегии, а другим создав дополнительные трудности»<sup>3</sup>

В публикации пакистанских ученых Али Хасана и Мухаммада Данияла представлены результаты исследования просмотра анимационных фильмов популярного канала Cartoon Network, который является самым любимым мультканалом 84 % детей от 6 до 13 лет. Ученые установили, что «Том и Джерри», например, является одним из любимых мультфильмов данной возрастной категории детей: «Было замечено, что большинству детей (63%) нравится смотреть комедии, и очень небольшому числу нравится наблюдать за любовью и экшеном в мультяшных программах. Из-за своего нежного ума большинство детей пытаются подражать действиям, совершаемым разными персонажами. Насилие также является неотъемлемой частью даже тех мультфильмов, которые являются комедийными в своем жанре. В них персонажи дерутся друг с другом, что нравится детям. 82,6 % нравятся сцены драк между двумя персонажами, например, Томом и

---

<sup>1</sup> Глухова М. Е. Стереотипы внешности в современной детской российской анимации / М. Е. Глухова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2018. Т. 11, № 1. С. 135.

<sup>2</sup> Там же. С.135.

<sup>3</sup> Там же. С. 137.

Джерри. Много детей, т.е. 57,8 %, любят подраться со своими одноклассниками и другими детьми после просмотра этих комедийных боев»<sup>1</sup>.

Игра в героев мультфильмов также является объектом исследования, поскольку демонстрирует особенности восприятия разного содержания анимационных произведений и стремление ребенка к подражанию. Исследование, проведенное в детских садах среди ребят 5-6 лет, выявило значительные различия в их игровой практике после просмотров разных фильмов. Установлено, что дети дошкольного возраста смотрят много фильмов для более старшего возраста, при этом «мультфильмы с адекватными для дошкольного возраста сюжетами стимулируют более длительную и содержательную игровую деятельность, чем фильмы, адресованные более старшим возрастам», поскольку последние «отличает высокая скорость предъявления материала, отсутствие сюжетных пауз, необходимых для осознания происходящих событий и переживаний персонажей. Они содержат чрезмерно обильные диалоги и монологи, в которых содержится множество абстрактных понятий, сложных грамматических конструкций, малопонятных и нехарактерных для дошкольников, кроме того, в них присутствуют грубые слова, а иногда и вербальная агрессия»<sup>2</sup>. В связи с этими наблюдениями исследователи приходят к выводу, что в большом количестве случаев дети не могут адекватно организовать ролевую игру по сюжету фильма, поскольку он непонятен для восприятия в определенном возрасте.

Таким образом, исследования показывают, что анимационная продукция отечественного и зарубежного производства неоднозначно влияет на детей. Во многом это связано с тем, что установки создателей и заказчиков мультфильмов расходятся с мнениями специалистов.

---

<sup>1</sup> *Hassan A.* Cartoon Network and its impact on Behavior of School Going Children, A case study of Bahawalpur, Pakistan / *A. Hassan, M. Daniyal* // International journal of management, Economics and Social Science. 2013. Vol. 2(1). Pp. 10.

<sup>2</sup> *Соколова М. В.* Герои современных мультфильмов в играх и игрушках дошкольников / *М. В. Соколова, М. В. Мазурова* // Культурно-историческая психология. 2015. Том 11. № 2. С. 84. DOI: 10.17759/chp.2015110208.

Совершенно очевидно, что контент детских передач, помимо развлечения, выполняет с разной степенью успешности задачи социализации ребенка. В этом смысле детские программы во многом повторяют содержание взрослых программ.

По мнению Ж. Бодрийяра, выраженному в книге «Общество потребления: его мифы и структуры»<sup>1</sup>, современное общество ждёт шоу, ждёт грандиозного спектакля, его сложно чем-то удивить. Совместно с выполнением бытовых дел человек просматривает телепередачи и живёт будто в реалиях экранных героев: по телевидению и готовят, и строят, и делают ремонт, и подбирают одежду, то есть телепрограммы становятся эталоном моды, диктуют нормы поведения и др. Также влияет на юных зрителей и детское телевидение: дети совместно с героями программ готовят вкусную еду, мастерят поделки, пытаются красиво одеться или научиться какому-либо ремеслу. Можно предположить, что телевидению отводится значительная роль в жизни ребенка.

Даже на детских телеканалах мы видим рекламные блоки, которые формируют у детей потребительский спрос. Это приводит информационную структуру в экономическую составляющую медиакультуры, формируется информационный рынок и спрос на определённые виды товаров. М. С. Мыгаль подчеркивает, что на современном телевидении различными маркетинговыми технологиями воспитывается ребенок-потребитель: «Менее половины детских каналов России не транслируют рекламу, <...> в основном каналы, адресованные дошкольникам и познавательные каналы с детско-семейной аудиторией. Некоторые каналы, такие как “Карусель”, “Мульт” и “Детский мир”, изначально не транслировали рекламу, однако в процессе работы канала пришлось обратиться к такому коммерческому подходу»<sup>2</sup>. При этом ученые и практики связывают рекламное воздействие со здоровьем ребенка, поскольку, например, реклама

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской]. М.: Республика: Культурная революция, 2006. 268 с.

<sup>2</sup> Мыгаль М. С. Проблемы детского телевидения в России / М. С. Мыгаль // Science Time. 2016. № 2 (26). С. 424.

фастфуда и другой нездоровой пищи в совокупности с долгим сидением у телевизора приводит к детскому ожирению<sup>1</sup>.

Как и во взрослых программах, с целью разнообразить детский телеэфир и привлечь зрителей создаются телепрограммы с участием музыкальных звезд и популярных артистов. При этом информационный блок мало нагружается интеллектуальным содержанием, а заполняется красивой картинкой и развлекательностью, что отрицательно влияет на формирование воспитательного и культурно-просветительского уровня детского телевидения.

Таким образом, исследования контента детского телевидения как в отечественном, так и в западном медиапространствах показали общность проблем, о которых заявляют и родители, и специалисты разного профиля: психологи, педагоги, социологи, культурологи, журналисты, филологи и др. Вопрос разработки интеллектуального, воспитательного содержания детских телепередач при оптимальной доле развлекательности, корреляция его с задачами владельцев каналов по привлечению зрительской аудитории на сегодняшний день так и остается нерешенным.

## 1.2. Структура детского телевидения в России

Детское телевидение в России за последние 30 лет претерпело значительные изменения по сравнению с детским телевидением, существовавшим в советские времена. Исследования двадцатилетнего периода демонстрируют единодушное во мнении, что на современных детей значительное влияние оказывает зарубежный контент или отечественный, но низкого качества<sup>2</sup>. Действительно, до недавнего

---

<sup>1</sup> *Кыштымова И. М.* Развивающий потенциал медиапространства / И. М. Кыштымова, Е. С. Кыштымова // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2019. Т. 27. С. 64–65. <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2019.27.58>.

<sup>2</sup> *Залевская Е. Н.* Критический анализ передач современного детского телевидения (российские телеканалы «Теленяня» и «Бибигон») / Е. Н. Залевская // Современная журналистика: тенденции и особенности развития: сборник материалов Международной научно-практической конференции, Москва, 24-25 декабря 2009 года. М.: Институт гуманитарного

времени в российском медиавещании был представлен ряд детских телеканалов не только отечественного, но и западного производства (табл. 1).

Таблица 1

Детские телеканалы в России (на декабрь 2022 года)

№	<i>Российские телеканалы</i>	<i>Западные телеканалы</i>
1	«Карусель»	«4Multimania»
2	«Мульт»	«Disney Channel»
3	«Детский мир»	«Nickelodeon»
4	«Радость моя»	«Fox Kids»
5	«Тлум»	«TiJi»
6	«СТС Kids»	«Cartoon Network»
7	«Мультиландия»	«Nicktoons»
8	«О!»	«Gulli Girl»
9	«Мультимузыка»	
10	«Ani»	

Исходя из данных таблицы, незначительный количественный перевес отечественных каналов над зарубежными очевиден, но это не дает уверенности в том, что руководители детских каналов и производители соответствующего контента осознают, что значительным приоритетом в их деятельности должно быть создание каналов, ориентированных на российскую детскую аудиторию.

---

образования и информационных технологий, 2009. С. 246–253; Ключевская О. С. Отечественное детское телевидение: к вопросу ретроспективной периодизации / О. С. Ключевская // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. № 39. С. 331–344. DOI:<https://doi.org/10.18413/2712-7451-2020-39-3-331-344>; Мыгаль М. С. Проблемы детского телевидения в России / М. С. Мыгаль // Science Time. 2016. № 2 (26). С. 420–426; Собкин В. С. Насилие и эротика на российском экране: опыт контент-анализа телевизионных трансляций / В. С. Собкин, М. В. Хлебникова, А. М. Грачева // Образование и информационная культура: социологические аспекты. Труды по социологии образования. 2000. Т. V, вып. VII. 138–161 и др.

Одним из самых распространенных детских иностранных каналов в России в начале XXI века являлся «Disney Channel», его продукции посвящено значительное количество исследований детского контента.

Согласно данным Mediascope за октябрь 2022 года (анализ проводился по городам с населением более 100 тыс. человек, аудитория старше четырех лет, домашний и полный просмотр), рейтинг детских каналов распределяется следующим образом (табл. 2):

Таблица 2

Рейтинг 10 детских телеканалов в России  
(на октябрь 2022 года)<sup>1</sup>

№	Канал	Рейтинг, %*	Доля аудитории, %**
1	«Карусель»	0,3575	2,652
2	«Disney Channel»	0,1734	1,286
3	«Мульт»	0,1228	0,911
4	«Мультиландия»	0,0478	0,354
5	«О!»	0,0358	0,266
6	«Мультимузыка»	0,0188	0,139
7	«Детский мир»	0,0115	0,086000000
8	«TiJi»	0,0082	0,061
9	Ani	0,0078	0,058
10	Gulli Girl	0,0072	0,053

\*Количество человек, смотревших телеканал в среднем за анализируемый временной интервал, выраженное в % от населения (в рамках выбранной ЦА).

\*\*Количество человек, смотревших телеканал в среднем за анализируемый временной интервал, выраженное в процентах от всей телеаудитории.

<sup>1</sup> Данные приводятся по материалам газеты «Коммерсантъ»: Топ-10 детских телеканалов в России по рейтингу // Газета Коммерсантъ № 225 (7426) от 03.12.2022. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5705387> (дата обращения 05.04.2023).

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. В связи с этим директор по производству контента мультиплатформенного оператора «Триколор» Марина Гаспарян, отмечая, что зарубежные каналы не просто заменить, тем не менее подчеркивает, что «многообразие детских предложений действительно радует. Триколор предлагает самый обширный пакет детских каналов на российском рынке. Сейчас в нашу подписку “Детский” входят 18 каналов на спутнике и 19 – в онлайн-кинотеатре. Это развивающие программы, популярные мультфильмы, развлекательные шоу и старые добрые сказки» и данные тренды «по детскому телесмотрению, характерны для всей территории России, ведь наши клиенты проживают почти в каждом регионе нашей страны»<sup>1</sup>. При этом в топе просмотров находятся отечественные мультипликационные фильмы: «Барбоскины», «Лунтик», «Фиксики», «Буба», «Ми-ми-мишки», «Маша и медведь», «Три кота», «Сказочный патруль».

Детский контент распространяется также на крупных каналах, основной аудиторией которых являются взрослые зрители (табл. 3).

Таблица 3

Доля детских телепрограмм и мультфильмов на отечественных телеканалах<sup>2</sup>

<i>Канал</i>	<i>Объём детских мультфильмов, час</i>	<i>Доля в общем вещании, %</i>
ТВЗ	592	7,83
СТС	475	6,84
Пятый канал	332	4,35

<sup>1</sup> Что смотрят дети: Триколор назвал самые популярные мультфильмы и телеканалы // Официальный сайт Триколора. URL: <https://blog.tricolor.tv/pubs/chto-smotryat-deti-trikolor-nazval-samy-e-populyarnye-multifilmy-i-telekanaly/> (дата обращения: 06.04.2023).

<sup>2</sup> По данным Аналитического центра «Видео Интернешнл» (АЦВИ). Брались в расчёт федеральные телеканалы из первого и второго мультиплекса.

Муз ТВ	204	3,78
Россия К	143	2,9
ТВ Центр	140	1,98
Звезда	81	1,08
ТНТ	27	0,26
НТВ	17	0,23
РЕН ТВ	14	0,18
Россия 1	8	0,11
Домашний	2	0,08

Результаты, представленные в таблице 3, говорят о том, что в детском блоке телевидения преобладают показы мультфильмов на телеканалах «ТВ3» (7,83 %), «СТС» (6,84 %) и «Пятый канал» (4,35 %). Данные «взрослые» телеканалы в большей мере ориентированы на детскую аудиторию, чем остальные. Однако лицензии, выдаваемые федеральным каналам, предполагают включение в сетку телевидения от 7 до 10 % детского контента, и, следовательно, судя по приведенным данным, это правило соблюдает только «ТВ3» (и то по нижнему показателю). У остальных каналов доля детских телепередач еще меньше. Самый низкий показатель по трансляции детских мультфильмов набрали телеканалы «Россия 1» (0,11 %) и «Домашний» (0,08 %). По мнению Ирины Полуэхтовой, руководителя Отдела социологических исследований АЦ «Видео Интернешнл», исключение детского контента обусловлено экономически, «поскольку закон “О рекламе” ограничивает размещение рекламы в программах для юного зрителя, телезаставителям невыгодно использовать его при программировании»<sup>1</sup>.

Отличительной характеристикой детского контента на телеканалах «ТВ3» и «Пятом канале» является трансляция преимущественно советских мультфильмов и сказок. Несмотря на скепсис некоторых приверженцев создания и демонстрации

---

<sup>1</sup> *Телевидение и дети: любовь без взаимности* // MediaTrends: Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ. 2013. № 2 (39). С. 6.

детям преимущественно нового контента с учетом технологических новшеств и трендов современного общества, в том числе западного, мы согласны с теми исследователями и практиками, которые видят в советских мультфильмах большой воспитательный и познавательный потенциал<sup>1</sup>.

Главными формами детского контента на отечественном рынке медиа сегодня являются короткометражные/полнометражные мультфильмы, мультипликационные сериалы, художественные фильмы, односерийные и многосерийные, детские телепрограммы. Далее рассмотрим некоторые особенности данных видов детского контента.

***Полнометражные (анимационные) мультфильмы (до 70 минут)*** – это вид телевизионного искусства, предполагающий создание продукта путем применения покадровой съёмки с последовательными движениями. Выделяют графическую и рисованную, а также объёмную (кукольную) мультипликацию. Сначала такие мультфильмы показывают в кинотеатрах, а затем они появляются на экранах

---

<sup>1</sup> *Аманбаева С.* Советский мультфильм «Крошка Енот» (1974) и американская сказка Лилиан Мур «Маленький Енот и тот, кто сидит в пруду» (1963) / С. Аманбаева // *Детские чтения.* 2020. Т. 17, № 1. С. 266-300. DOI 10.31860/2304-5817-2020-1-17-266-300; *Грядунова Е. А.* Духовно-нравственное воспитание средствами искусства / Е. А. Грядунова // *Наука и практика в образовании: электронный научный журнал.* 2021. № 3(5). С. 15–24. DOI 10.54158/27132838\_2021\_3\_15; *Ли Х.* Лингводидактический потенциал советских мультфильмов на уроках русского языка как иностранного / Х. Ли // *Проблемы современного педагогического образования.* 2022. № 74-4. С. 157–161; *Шаханская А. Ю.* Сравнительный анализ эволюции образа школьника в советских и российских мультфильмах / А. Ю. Шаханская // *Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык.* 2017. № 4. С. 271–285; *Шмарион Ю. В.* Женский образ в советских и зарубежных мультфильмах / Ю. В. Шмарион, А. В. Землянская // *Вопросы образования и науки: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции, Тамбов, 30 ноября 2017 года. Том Часть 8.* Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2017. С. 166–170; *Шубенкина Н. Э.* Воспитательный потенциал советской мультипликации / Н. Э. Шубенкина // *Актуальные ресурсы кинопедагогики: воспитание и образование: Материалы Всероссийского круглого стола (с международным участием), Екатеринбург, 01 марта 2022 года / под научной редакцией Н.А. Симбирцевой, А.К. Бернатоните.* Екатеринбург: [б.и.], 2022. С. 80–86; *Цаценко Л. В.* Мультфильм «Чудесница» как ресурс информации по истории агрономии советского периода / Л. В. Цаценко, Д. Л. Савиченко // *Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета.* 2017. № 129. С. 757-768. DOI 10.21515/1990-4665-129-055.

телевизоров. Примерами таких анимационных фильмов являются произведения «Шрэк», «Три богатыря», «Рататуй», «Король Лев», «Русалочка» и др.

*Мультимпликационные (анимационные) сериалы* предназначены для телевизионного показа, имеют определённый хронометраж и количество серий. Анимационные сериалы создаются покадровыми рисунками (графическими или нарисованными, а также объёмными фигурами). К мультимпликационным сериалам относятся «Барбоскины», «Смешарики», «Три кота», «Ну, погоди!», «Чип и Дейл спешат на помощь», «Приключения кота Леопольда» и т.д. Они пользуются большой популярностью, что стимулирует отечественного производителя к созданию данного формата контента.

*Художественные детские фильмы (от 80 минут)* – это, во-первых, фильмы-сказки, имеющие литературную основу, где в качестве героев могут выступать волшебные персонажи (Змей Горыныч, Кощей Бессмертный, Идолище Поганое, Кикимора болотная и др.), животные, наделяемые человеческими способностями, например, говорением и др. (Птица Сирин, Серый волк, Кот Матвей, Конек-Горбунок и др.) или людьми (Марья Искусница, Оля и Яло, Красная Шапочка и др.). Например, «Пеппи Длинный чулок» (1987 год), «Морозко» (1964 год), «Про Красную Шапочку» (1977 год), «Кашей Бессмертный» (1944 год), «Новогодние приключения Маши и Вити» (1975), «Старик Хоттабыч» (1956) и т.д. Кроме того, это могут быть детские многосерийные фильмы, например, «Приключения Электроника» (1979), «Приключения Петрова и Васечкина, обыкновенные и невероятные» (1983), «В поисках капитана Гранта» (1985) и др. Как видно из перечисленных примеров, все они относятся к эпохе советского производства. К сожалению, современных детских фильмов, снятых в XXI веке, катастрофически мало. Особенно не хватает воспитательных картин, как, например, «Щенок» (2009) о непохожем на других аутичном мальчике, «Сестрёнка» (2019) о дружбе детей, «Честное пионерское» (2013, 2015) о взаимопомощи и непростом выборе. В то же время об этих картинах мало кто знает, они не получили такого широкого распространения среди зрителей, как,

например, фильм «Чучело» (1983), который обсуждали в советских школах и не только, без преувеличения, повсеместно. Современный детский фильм чаще имеет развлекательный характер, например, «Последний богатырь» (2017), «Домовой» (2019) и др. Какие-то из этих произведений должны быть адресованы скорее взрослой аудитории, нежели детям, как, например, сериал «Пищеблок» (2021), снятый по книге А. Иванова, с откровенными сексуальными и пугающими сценами. Между тем на платформе «Кинопоиск» предлагается для детского просмотра довольно много фильмов, и этот контент требует отдельного исследования, в частности и потому, что рейтинг данной продукции невысок: в среднем 3 балла из 10.

**Телепрограммы** созданы для детей разных возрастов, от дошкольного до подросткового. Разные задачи обуславливают выбор жанра:

– обучающей, развивающей программы: «Берилыка учится считать», «Давайте рисовать», «Спокойной ночи, малыши!», «Magic English», «Доктор Малышкина» и др.;

– интеллектуального шоу: «Умники и умницы», «Умнее всех», «Звездный час», «Знаем русский» и др.;

– развлекательной программы: «Весёлая ферма», «Мода из комода», «Устами младенца» и др.;

– телеконкурса: «Голос дети», «Ты супер!», «Танцы. Дети», «Синяя птица, «Кондитер. Дети» и др.;

– трансляции с детских праздников: «Детская Новая волна», «Детское Евровидение» и др.

Ряд телепрограмм демонстрируется еще с советских времен: «Спокойной ночи, малыши!» (с 1964 года по н.в.), «АБВГейка» (с 1975 по 2020 годы), «В гостях у сказки» (с 1976 по 1995 годы, телеканал с 2016 года по н.в.). Другие выдержали в последние 20 лет много сезонов, например: «Умники и умницы» (с 1992 года по н.в.), «Голос. Дети» (с 2012 по н.в.), «Перемешка» (с 2015 по н.в.) и др.

Относительно новым жанром является программа новостей для детей, например, «Отражение» на канале «ОТР». Создатели приглашают детей узнать о том, как живут их сверстники в других регионах, предлагают задавать вопросы и выступать в прямом эфире<sup>1</sup>. Этот же жанр представлен на канале «Карусель» как «Навигатор. Новости». На сайте авторы обращаются к зрителям, предлагая им узнать новости из социокультурной сферы: «Мы расскажем, как провести время не только весело, но и с пользой. Вы увидите сюжеты о выставках и спектаклях, узнаете, где можно поиграть в спортивные игры и куда сходить на концерт, услышите советы, интересные факты и многое другое!»<sup>2</sup>.

Между тем анализ телепрограмм показывает, что наиболее распространённые форматы детского вещания – это анимационные сериалы. Такое жанровое предпочтение обусловлено одинаковым хронометражем серий и их небольшим объемом, позволяющим легко вписать их в общую сетку вещания, а также интересом детей, т. к. формат сериала позволяет удерживать внимание на протяжении долгого времени, если история увлекательна, любопытно: что же приключится с героями в следующих сериях. Кроме того, данный продукт не требует рекламы, потому что показы осуществляются каждый день в определенное время, а охват аудитории стабилен на протяжении долгого времени.

Российский исследователь Л. С. Мыгаль в статье «Программная политика детских каналов в России: особенности распределения телевизионного контента в сетке вещания, жанрово-тематический состав, целевая аудитория» выделяет особенности программной политики на нескольких специализированных детских каналах. Исследователь отмечает, что контент большинства каналов – это мультсериалы, детские передачи, художественные фильмы, мультфильмы, телесериалы, при этом доминирующим является развлекательный формат. У большинства каналов сетка вещания разрабатывается без учета особенностей

---

<sup>1</sup> ОТражение. Детям. Программы // ОТР – Общественное Телевидение России. URL: <https://otr-online.ru/programmy/otrazhenie-detyam/> (дата обращения: 03.04.2023).

<sup>2</sup> «Навигатор. Новости» описание и видео – смотреть на канале Карусель. URL: [https://www.karusel-tv.ru/announce/15206-navigator\\_novosti](https://www.karusel-tv.ru/announce/15206-navigator_novosti) (дата обращения: 03.04.2023).

детской аудитории. Используется реклама. Популярность у аудитории имеют те каналы, которые создают собственный качественный контент<sup>1</sup>.

Анализ сетки вещания детских каналов показывает, что распространенным жанром для показа являются мультфильмы – наиболее распространенный продукт масс-медиа среди детей дошкольного и младшего школьного возраста. У современных малышей в России самыми любимыми являются герои мультфильмов «Маша и Медведь», «Барбоскины», «Смешарики», «Три кота» и «Ми-ми-мишки». Данные анимационные сериалы отличаются красочностью, интересными историями и языковой игрой.

В 2004 году в эфире появился анимационный сериал «Смешарики», который был выпущен студией «Петербург» по упрощённой технике и предполагал показ 208 серий, каждая из которых длится 6,5 минут. Позже появились дочерние проекты «Смешариков»: «Азбука со Смешариками» и анимационный сериал «Пин код», – которые имели обучающий характер. Герои этого мультсериала, как и других успешных российских детских проектов, например, «Лунтика», который вышел в 2006 году на базе студии «Мельница», «Маши и Медведь», который был запущен в 2009 году на базе студии «Анимаккорд», «Фиксики» студии «Аэроплан» 2010 года, созданные по мотивам повести Э. Успенского «Гарантийные человечки», и другие мультпродукты вышли за пределы кинематографа на обложки детских книг, постеры, футболки, аксессуары, а также продаются в форме игрушек, что свидетельствует об их большой популярности у зрителей.

Назовем основных создателей мультипликационных сериалов в России в последние десятилетия (табл. 4).

---

<sup>1</sup> Мыгаль М. С. Программная политика детских каналов в России: особенности распределения телевизионного контента в сетке вещания, жанрово-тематический состав, целевая аудитория / М. С. Мыгаль // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. Т. 22, № 13 (184). С. 223–233.

## Основные создатели российских мультсериалов в XXI веке

<i>Компании-производители</i>	<i>Крупные мультсериалы</i>	<i>Другие проекты</i>
Анимаккорд	«Маша и Медведь», «Машины сказки»	Нет
Аэроплан	«Фиксики», «Мульты-Россия» (совместно с «Пилот»)	нет
Мастер-фильм	«Тайна Сухаревой башни», «Овечки Холли и Долли», «Три котенка», «Зверюшкидобрюшки» (фонд Губерния), «Решето-сити» (фонд «Губерния»)	Свыше 30-ти короткометражных мультфильмов, произведённых фондом «Губерния»
Мельница	«Барбоскины», «Приключения Лунтика»	«Алеша Попович и Тугарин Змей», «Добрыня Никитич и Змей Горыныч», «Илья Муромец и Соловей-разбойник», «Про Федота-стрельца, удалого молодца», «Карлик Нос», «Иван Царевич и Серый Волк» и т.д.

Метрономфильм	«Круглый год», «Колыбельные мира», «Везуха!»	«Король забывает»
Петербург (продюсерский центр «РИКИ»)	«Смешарики», «Азбука со смешариками», «Пин код»	«Смешарики. Начало»
Пилот	«Мульти-Россия», «Братья Пилоты», «Гора самоцветов»	

Стоит отметить, что российские мультфильмы известны не только в нашей стране, но и за рубежом. Согласно данным Министерства культуры России, мультсериал «Маша и Медведь» переведен на 25 языков и транслируется более чем в 100 странах мира<sup>1</sup>. Это значит, что с раннего детства жители других стран имеют возможность познакомиться с российской культурой, что, безусловно, является важным аспектом в развитии международных отношений. К примеру, кубинское телевидение транслирует такие мультфильмы, как «Лунтик» и «Смешарики». А главная героиня сериала «Маша и Медведь» и вовсе входит в рейтинг самых любимых мультперсонажей кубинских детей. Российские дети в свою очередь могут познакомиться с кубинской культурой в серии «Колыбельные мира», производства студии МетрономФильм. Кубинская колыбельная исполняется на испанском языке. Этот мультфильм показывают несколько российских детских каналов: «Мульт», «Мама», в том числе и федеральный телеканал «Карусель». Кроме того, в России уже больше 30 лет пользуется популярностью кубинский мультфильм «Вампиры в Гаване».

<sup>1</sup> Мультсериал «Маша и Медведь» перевели на 25 языков // Новости Министерства культуры Российской Федерации. URL: [https://culture.gov.ru/press/news/multserial-masha-i-medved-sozdannyy-pri-podderzhke-minkultury-rossii-perevelina20171006164343/?sphrase\\_id=754498](https://culture.gov.ru/press/news/multserial-masha-i-medved-sozdannyy-pri-podderzhke-minkultury-rossii-perevelina20171006164343/?sphrase_id=754498) (дата обращения: 05.04.2025).

В 2017 году президент Владимир Путин на заседании, посвящённом культуре и искусству, говорил о неудовлетворительном качестве телепрограмм, а также о доле детских передач в общем вещании, которая составляет 7-10 %% вместо 15%.

Отметим, что в летние каникулы 2017 года доля детских телепередач составила на «Первом» канале 4 % в неделю, «Россия» – 0,5 %, НТВ – 0,3 %; «ТВЦ» – 3,9 %; «Культура» – 4,7 %. В последующие годы ситуация с крупными телеканалами кардинально не менялась. Рассчитанные на массовый показ телеканалы эфирное время предпочитают заполнять телешоу, рекламными блоками, развлекательными программами или телесериалами, не отводя на детские передачи время, поскольку данный возраст не является привлекательным для рекламных агентов.

Однако первые шаги в направлении повышения качества детских произведений были сделаны 22 марта 2023 года, когда Государственная Дума приняла поправки в закон «О государственной поддержке кинематографии РФ», согласно которому создание детских фильмов будет полностью финансироваться государством. Как говорится в пояснительной записке, цель принятия данного документа является «уникальной возможностью формирования общего культурного кода будущего поколения граждан России»<sup>1</sup>.

Принятие этого закона особенно важно, на наш взгляд, в связи с необходимостью создания кинопродукции и телепрограмм для подростков. Выше мы не раз приводили мнение экспертов об отсутствии произведений для данной категории детей (см. п. 1.1). Контент детских телеканалов не интересен детям подросткового возраста, а «взрослые» телепрограммы ещё не полностью адаптированы для него. Однако дети часто обращаются к телепрограммам, адресованным взрослым. Согласно данным на 1 июня 2020 года телевизионные предпочтения подростков связаны с телесериалами – 27 % от общего времени

---

<sup>1</sup> *О внесении изменений в Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»:* Федеральный закон от 03.04.2023 № 105-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202304030016> (дата обращения: 05.04.2023).

просмотра, развлекательными программами – 21 % и кинофильмами – 19 %, а мультфильмам и детским передачам уделяется только 15% времени, которое зрители подросткового возраста проводят у телевизоров.

Справедливости ради надо заметить, что сериалы для подростков все же снимают, но по заказу платных платформ. В то же время их содержание с точки зрения откровенности раскрытия тем употребления спиртного, наркотиков, беспорядочных сексуальных отношений, использования нецензурной лексики, а также курения выглядит более «взрослым», чем сюжеты многих сериалов, снятых по заказу центральных телеканалов. Так, сериал «Трудные подростки», у которого с 2019 года вышло 4 сезона, открыто демонстрирует все вышперечисленные пороки, при этом позиционируя героев как вполне симпатичных персонажей. Как известно, демонстрация табакокурения, употребления наркотиков и подобных действий, не используется в социальной рекламе, осуждающей пороки, поскольку дает обратный эффект. Можно предположить, что соответствующее воздействие оказывает и кино. Данный сериал, хотя и маркируется 18+, однако его основные герои ребята подросткового возраста, поэтому логично предположить, что и основной зритель будет соответствующий. Маркировкой 16+ отмечается сериал «Стрим» 2022–2023, главным героем которого является школьник. Он менее провокационный с точки зрения демонстрации не соответствующих возрасту сцен, но также содержит сцены, характерные для взрослого кино.

Конечно, указанные и другие сериалы транслируются на платных платформах, но их можно легко найти в интернете, и они доступны для просмотра. В то же время телевидение ничего противопоставить данным сериалам не может. Крупные каналы заботятся, преимущественно, о ротации, спросе покупателей на созданные телевизионные продукты, рекламе, которая пестрит на всех, даже на детских, каналах, а также о массовом продукте, который подходит большей части населения.

### 1.3. Анализ контента телеканала «Карусель»

Телеканал «Карусель» упоминается во многих исследовательских трудах<sup>1</sup>, поскольку это один из самых популярных каналов страны. Обозначим положительные и негативные, на наш взгляд, особенности работы телеканала. К позитивным относятся следующие характеристики канала «Карусель».

**Разнообразие контента.** В 2023 году сетка передач телеканала «Карусель» включает разножанровые по содержанию программы. *Познавательные, обучающие программы* пополняют знания детей об окружающем мире, учат выполнять разные виды работы: «Лабораториум. Маленькие исследователи» – научный проект для любознательных ребят; «Проще простого» – программа, адресованная мальчикам, которые хотят научиться мастерить, а также решать кроссворды, головоломки и др.; «За секунду до счастья» – программа, которая помогает подготовиться семье к приобретению домашнего любимца; *Новостные программы:* «Навигатор. Новости» сообщает об интересных культурных событиях; «Погода» рассказывает об актуальных погодных условиях в разных регионах страны. *Воспитательные программы:* «Спокойной ночи, малыши!», «С добрым утром, малыши!» – передачи, которые рассказывают интересные поучительные истории, воспитывая в ребенке, в том числе благодаря своему формату, привычку к дисциплине: вовремя ложиться спать и просыпаться утром, слушаться родителей и др. *Спортивные программы:* «Чик-зарядка» – утренняя разминка для малышей. Большой процент содержания сетки телевидения занимают мультфильмы, часть из

---

<sup>1</sup> 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.; Мыгаль М. С. Программная политика детских каналов в России: особенности распределения телевизионного контента в сетке вещания, жанрово-тематический состав, целевая аудитория / М. С. Мыгаль // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. Т. 22, № 13 (184). С. 223–233; Шмарион Ю. В. Женский образ в советских и зарубежных мультфильмах / Ю. В. Шмарион, А. В. Землянская // Вопросы образования и науки : сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции, Тамбов, 30 ноября 2017 года. Том Часть 8. Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2017. С. 166–170 и др.

которых тоже содержит познавательный и воспитательный контент, например, «Волшебная кухня» учит детей готовить, раскрывает секреты кулинарии; «Бодо Бородо. Путешествие» приглашает ребят отправиться в путешествие по странам мира.

**Новые программы.** В телеэфире появились премьерные интересные проекты, которые имеют познавательную направленность: программы «У меня лапки» (0+), посвященная домашним животным, их породам, характеру и повадкам; «Студия Каляки-Маляки», цель которой дать основы художественного образования и др. Часть программ сменила главного персонажа-ведущего, например, в передаче «Букварий», которую раньше вёл Берилляка, теперь будет «книгожитель» Евсей. Обновление произошло в передаче «Давайте рисовать!», которая сменила ведущую проекта Фею Фиалку на Фею Незабудку. В выходные дни можно смотреть «Детскую утреннюю почту». В интересной и познавательной передаче «В мире животных» теперь ведущий не только Николай Дроздов, он чаще выступает во фрагментах, но и его юный ученик Алексей Лапин.

**Конкурсы различной тематики.** Сегодня как на телеканале «Карусель», так и в его интернет-версии зрители могут найти занимательные конкурсы и поучаствовать в них, выложив на сайт свой рисунок, поделку и т.д. Сами ребята могут также проголосовать за понравившиеся работы. Новые конкурсы проходят каждую неделю: маленьким зрителям нужно нарисовать, сделать фото, слепить снеговика или поздравить маму. Хотя конкурсов детям хватает и в школе, и в кружковой деятельности, но получить любимую игрушку за тематический конкурс хочется всем детям.

**Бесплатный доступ.** «Карусель» – единственный федеральный и общедоступный детский телеканал, который входит в первый мультиплекс. Все остальные тематические телеканалы, например, «Мульт», частные. По утверждению медиаэксперта, главного редактора канала «Карусель» Веры Оболонкиной, количество инвестиций в собственное производство на канале «Карусель» несравнимо выше, чем любой другой детский канал может себе

позволить<sup>1</sup>, благодаря чему количественно зрительская аудитория больше, чем на других каналах (рис. 1).

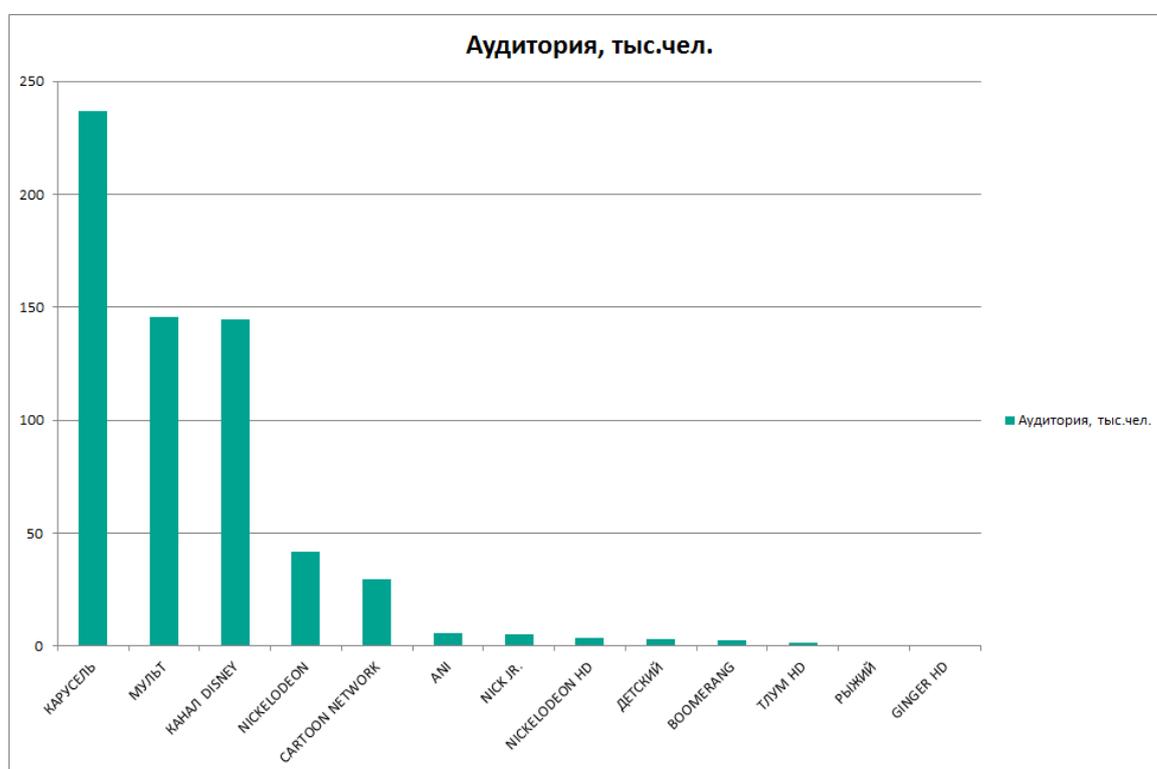


Рисунок 1. Количество зрителей на детских телеканалах<sup>2</sup>

Как показывает инфографика, телеканал «Карусель» лидирует по количеству зрителей среди других детских телеканалов. Средняя отметка просмотров в день составляет около 235000 человек детской аудитории от 4 до 15 лет. Остальные же детские телеканалы показывают процентное соотношение значительно ниже, что говорит о заинтересованности детей в просмотре «Карусели».

**Широкий охват зарубежной аудитории.** До введения санкций телеканал «Карусель» смотрели и за рубежом. И хотя в 2023 году приведенные ниже данные уже не актуальны (рис. 2), однако покажем их, поскольку данная статистика была стабильно представлена на протяжении последних лет. По данным

<sup>1</sup> Вера Оболонкина: «Задача детского канала — воспитывать толерантность» // Кабельщик. URL: <https://www.cableman.ru/article/vera-obolonkina-zadacha-detskogo-kanala-vospityvat-tolerantnost> (дата обращения: 02.05.2019).

<sup>2</sup> «Mediascope», исследование «TV Index». Регион: Россия 100+ Период: 01.01.2019-29.09.2019. Временной интервал: полные сутки.Целевая аудитория: 4–15 лет.

исследовательской платформы «Биржевой лидер» канал «Карусель» в России и странах ближнего зарубежья показывал следующие результаты охвата аудитории.

Регион	Население	Поисковый запрос	Частотность
Россия	143400000	Карусель	35 907
Беларусь	9464000	Карусель	962
Украина	45590000	Карусель	1141
Казахстан	16970000	Карусель	759
Молдова	3560000	Карусель	75
Абхазия	240705	Карусель	4
Армения	2969000	Карусель	14
Киргизия	16970000	Карусель	64
Азербайджан	9298000	Карусель	46
Узбекистан	29560000	Карусель	58
Туркмения	5173000	Карусель	0
Таджикистан	8009000	Карусель	8
Москва и область	19930000	Карусель	12 367

Рис. 2. Запрос на просмотр телеканала «Карусель»<sup>1</sup>

Из таблицы видно, что телеканал «Карусель» имел популярность не только в союзном государстве Беларуси, но и в других государствах СНГ. Просмотры передач канала «Карусель» происходят не только по телевидению, но и в сети интернет. Здесь также большой выбор контента, помимо передач и мультфильмов.

**Наличие интернет-версии телеканала.** Контент сайта канала «Карусель» включает в себя следующие составляющие:

**Телепрограмму,** в которой представлены телепередачи и мультфильмы, доступные для просмотра в день обращения на сайт и в предыдущие дни. Кроме того, можно посмотреть анонс будущих телепрограмм. Все передачи можно смотреть непосредственно через интернет-платформу онлайн. В данном разделе есть возможность поставить интернет уведомление, чтобы не пропустить любимую телепередачу. Все телепрограммы отмечены возрастными ограничениями. На телеканале «Карусель» в первой половине дня показывают программы 0+, днём до

<sup>1</sup> По данным «Биржевого лидера» на 2017–2018 год: точка доступа. URL: <http://www.profi-forex.org/> (дата обращения: 25.09.2023).

вечера программы 0+ и 6+, а вечером 6+ и 12+. Однако по этой маркировке мы можем обнаружить, что дети подросткового возраста охвачены только частично.

**Новости** – данный раздел интернет-версии телеканала «Карусель» содержит подразделы:

**События**, где указываются и обсуждаются научные события, публикуются афиши о предстоящих мероприятиях для детей, сообщается о победителях конкурсов героев телеканала «Карусель», новостные обзоры книжных издательств и т. д.

**Премьеры** – в данном разделе можно увидеть новинки мультфильмов, которые будут скоро запущены на телеканале; здесь же говорится о новых героях, которые появятся в тех или иных мультфильмах, например, няня Маргарита Егоровна из мультсериала «Простоквашино» и т. д.

**Видео** – раздел, содержащий архивные записи всех программ, результаты кастингов.

**Игры** – в данном разделе представлены разные виды игр (развлекательные, развивающие, игры по брендам, пазлы и др.), для мальчиков и девочек разных возрастов (до 12 лет).

**Афишу** – раздел, в котором размещается информация о предстоящих мероприятиях: театральных постановках, выставках, цирковых представлениях, экскурсиях, а также дайджест и каталог событий.

**Читалку** – раздел, где можно малышу прочесть сказку о его любимых героях, либо детям, которые уже умеют читать, выбрать понравившуюся историю и окунуться в мир волшебства. Здесь представлены известные сказки, истории про животных, а также про различные регионы страны.

**Конкурсы** – один из любимых детьми раздел платформы. Здесь можно побороться за приз от «Lego» или выиграть «Тобота», принять участие в конкурсе рисунков «Черепашек-ниндзя» и т. д. Дети разных возрастов активно участвуют в данных мероприятиях, чтобы заполучить любимую игрушку.

**Кастинги** – блок, содержащий информацию о мероприятиях, в которых могут поучаствовать ребята, а также новости о результатах различных конкурсов.

**Тесты** – здесь можно найти различные тестовые задания из мультфильмов или передач.

**Видеоблоги** – раздел, в котором представлены влоги детей, рассказывающих о разном, например: как кормить уток (влог Саши Новикова), как научиться кататься на роликах (влог Николь Плиевой) и др.

Таким образом, большим достоинством канала можно назвать разнообразие контента, адресованного преимущественно детям до 12 лет, установлением обратной связи со зрителями, включением детей в качестве участников в программы канала, однако данный контент представлен в его интернет-версии.

В то же время можно выделить и ряд недостатков, среди которых обилие рекламы иностранного производства, можно увидеть игрушки всех разновидностей: от вылупляющихся из яйца зверушек до трансформеров, от кукол Винкс до пластилина «Play Do». Как и на интернет-платформе, здесь не встретишь рекламы отечественного производства о продаже российских игрушек или товаров для детей<sup>1</sup>. Кроме того, содержательно часть рекламных роликов не предназначены для детей, например, реклама гелей для душа, где можно увидеть полуобнажённую девушку; на интернет-платформе размещаются баннеры «Сбербанка», его предложения о квартирах в ипотеку, покупке в кредит телевизоров или смартфонов. Такие блоки рекламы засоряют поисковые нужды детей, отвлекают их от просмотра любимых телепередач. Хочется отметить, что даже детская реклама, например, сладостей, должна быть размещена уместно по времени. В передаче «Вкусняшки шоу» она идёт прямо во время программы, в самом начале демонстрируются различные виды мармеладок «Мамба», что отвлекает детей от первоначальной задачи – узнать что-то интересное и познавательное<sup>2</sup>. Можно утверждать, что сегодня ребёнок видит много рекламы, её становится всё больше,

---

<sup>1</sup> Данные платформы «Карусель»: точка доступа. URL: <https://www.karusel-tv.ru/>.

<sup>2</sup> Там же.

а время показа мультфильмов и телепередач сокращается. В самом начале работы телеканала «Карусель» рекламных блоков было очень мало, при этом предлагалась только реклама игрушек и детских товаров, а сейчас рекламируются взрослые товары, например, лекарства, сервисы Ростелекома, ипотечные продукты, Сбермегамакет и др. В этом телеканал «Карусель» стал похож на канал «Дисней», где постоянно рекламируют женские прокладки, гели для душа, кремы и другую продукцию наравне с игрушками в одно и то же время на протяжении всего дня. Очевидно, что расчет сделан на взрослую аудиторию: мам, бабушек, нянь, – которые могут находиться с детьми у телевизора, и совсем не учитываются особенности восприятия рекламы детьми.

Среди недостатков контента можно выделить особенности анимационных фильмов (например, «Турбозавры», «Дикие Скричеры», которые, заметим, в программе поставлены друг за другом). С одной стороны, мультфильмы для детей яркие, красивые, зрелищные, а с другой – шумные, с большим количеством сложных диалогов, неестественных с точки зрения реальной коммуникации, с интенсивно сменяющимися кадрами, практически без пауз между ними (вместо пауз предлагается вступительная заставка с быстрым показом действий героев под все ту же громкую, интенсивную музыку или рекламный блок), которые не оставляют места для того, чтобы ребенок сосредоточился, подумал, прочувствовал историю и в то же время отдохнул. Напротив, быстрая смена картинок, постоянное говорение персонажей, сменяющееся без пауз громкой, интенсивно звучащей музыкой, которая вообще лишена мелодичности и не предназначена для запоминания (как, например, песенки из советских мультфильмов), раздражают нервную систему малыша. Одним из результатов просмотра таких произведений становится невозможность проиграть их сюжеты. Как подчеркивают исследователи, «все это снижает уровень понимания детьми происходящего на экране, что негативно отражается на их игровой деятельности, сводит ее к простому нападению, кратким несвязным наборам действий, отрывочным высказываниям, нарушениям коммуникации. Дети не могут воспроизвести сюжет

мультфильма в игре, не могут понять логики действий персонажей, содержание роли для них размыто <...> Увиденное и услышанное не становится материалом для переживания, осмысления и, в конце концов, для присвоения культурного опыта»<sup>1</sup>.

Еще одна проблема мультипликационного контента канала «Карусель» – это «клонирование» сериалов. Очень редко на данном телеканале можно встретить оригинальный продукт. Как правило, это мультсериалы, образованные от уже имеющихся, те же герои, однообразные сюжеты, персонажи, ситуации, актёрская озвучка, например: анимационный мультсериал «LBX», он очень напоминает «Покемонов» или «Трансформеров», «Ботов» и т.д.

Периодически из сетки вещания исчезают передачи познавательного характера, при том что это как раз тот материал, который позволяет детям развиваться, познавать мир, получать практические навыки и др. Перестали показывать «Подводную математику», «Дорожную Азбуку и др. телепередачи. На канале превалирует мультипликационный контент, качество которого, как отмечалось выше, оставляет желать лучшего.

### **Выводы по первой главе**

1. Актуальность обращения к теме детского медиапотребления не вызывает сомнения. Подтверждение этому, во-первых, на уровне запроса государства к формированию ответственной, нравственной личности, уважающей свою страну, ее историю и культуру, что выполняется в соответствии с принятыми документами («Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года», «О государственной поддержке кинематографии РФ»), в том числе посредством медийного контента: анимационных произведений, кинофильмов, передач, транслируемых национальным телевидением. Во-вторых, тема детского

---

<sup>1</sup> Соколова М. В. Герои современных фильмов в играх и игрушках дошкольников / М. В. Соколова, М. В. Мазурова // Культурно-историческая психология. 2015. Т. 11. № 2. С. 80–85.

медиапотребления находится в фокусе исследователей разных наук: психологии, социологии, философии, педагогики, культурологии, филологии. Основные тезисы научных работ подтверждают влияние детских медиа на зрительскую аудиторию. В-третьих, существует запрос общественности (родителей, учителей, детей и др.), которая в отзывах, интервью, анкетировании выражает обеспокоенность качеством детской телепродукции.

2. Несмотря на большое число работ, посвященных теме детского медиапотребления, комплексных исследований вопроса как в отечественной, так и в зарубежной науке недостаточно. Во многом это связано с тем, что жизнь стремительно меняется, получая отражение в детских фильмах и передачах. Кроме того, значительную роль в доступе к детскому медийному контенту стали играть интернет-ресурсы, которые конкурируют с телевизионными каналами, особенно в подростковой зрительской аудитории.

3. Отечественные и зарубежные исследователи 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 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.

4. В условиях конкуренции с интернет-ресурсами телевизионные каналы делают ставку на развлекательность, не учитывая мнения ученых, которые считают, что преобладание развлекательного контента перед познавательным и воспитательным, оказывает негативное воздействие на детей, поскольку ограничивает их интеллектуальное развитие, способствует инфантилизации подрастающего поколения и девальвирует традиционные нравственные ценности, усвоение которых необходимо для становления взрослой личности и

неравнодушного гражданина. Отсутствие контакта между специалистами, занимающимися вопросами детства, и создателями детского медийного контента объясняется незаинтересованностью последних, поскольку их основная задача состоит в привлечении денег, а не в воспитании детей.

5. На интеллектуальное, эмоциональное, ценностно-содержательное формирование ребенка в последние несколько десятилетий значительное воздействие оказывал зарубежный контент, который в последние годы также претерпел различные трансформации с точки зрения представления персонажей и их историй. Это проявилось в смещении гендерных ролей в сторону андрогинности, с акцентом на маскулинность образа женщины и феминность образа мужчины, что в целом не свойственно российской культуре; демонстрации сцен насилия, агрессии, запугивания (мультфильмы-ужастики); сексуальной объективации сказочных персонажей. Иностранные каналы до 2023 года занимали практически тоже место по количеству и привлекательности контента, что и российские, которые тоже не отличаются высоким качеством содержания.

6. Анализ контента канала «Карусель», одного из самых популярных в России среди детей до 12 лет, подтверждает исследования ученых. 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 имеют место программы познавательного и воспитательного характера, предлагается афиша культурно-просветительских мероприятий, представлены игры, в том числе 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 большинства российских каналов, в связи с чем взрослеющие дети обращаются к центральным каналам и смотрят фильмы и передачи, не соответствующие их возрасту.

## ГЛАВА 2. ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМЫ В СИСТЕМЕ МЕДИАРЕСУРСОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ

### 2.1. Типология детских интернет-платформ

Активное распространение интернет-технологий в XXI веке обусловило появление новых видов, принципов и правил медиапотребления, в том числе и для детской аудитории. Возможность выбирать в интернет-пространстве любой контент, который в отличие от телевизионного значительно более объемный, если не включен так называемый «родительский контроль» или платная подписка, например, на фильмы онлайн-кинотеатров, позволяющая детям самим настраивать те каналы потребления информации, которые им интересны. В связи с этим исследователи и практики в целом единодушны во мнении, выраженном И. В. Лизуновой, по поводу модификации сущностных черт медиапотребления: «Доступность для населения электронных медиа изменила медианасыщенность конкретной семьи, отдельного человека. Наряду со сменой приоритетов в предпочтении выбора медиаплатформ и контента стало модифицироваться и само медиапотребление, его сущностные характеристики»<sup>1</sup>. Современные дети наравне со взрослыми используют интернет для просмотра интересующего их контента, при этом возраст пользователей, как показывают исследования ученых, охватывает практически всю детскую аудиторию: «Согласно полученным данным по г. Самаре, уже в 2–3 года 42 % детей выходят в интернет (самостоятельно или с помощью родителей). По мере увеличения возраста пользование Сетью быстро возрастает: среди самарских школьников младших классов (9–10 лет) уже трое из каждых четырех школьников (73 %) путешествуют по ней. Как видим, начиная с этого возраста, уровень проникновения интернета среди детей уже превышает

---

<sup>1</sup> Лизунова И. В. Современное медиапотребление: модификации сущностных характеристик / И. В. Лизунова // Манускрипт. 2016. № 10 (72). 120–124.

показатели среди взрослых (65 %). К 11–12 годам доля интернет-пользователей достигает 90 %»<sup>1</sup>. При этом, как показывают исследования аудитории интернета агентством Mediascope, в 2022 году уже 96 % населения от 12 до 17 лет заходят в сеть ежедневно<sup>2</sup>. В связи с чем появляется закономерный вопрос об информации, которая распространяется в интернете. По данным сайта ВебПроверка на 16 апреля 2023 года, только на нем зарегистрировано 918842 ресурса<sup>3</sup>.

В исследованиях ученых и наблюдениях практиков, как правило, ресурсы, предназначенные для детской аудитории, рассматриваются с точки зрения возрастных предпочтений в выборе искомого контента<sup>4</sup>, функциональной ориентации интернет-площадки<sup>5</sup>, тематики<sup>6</sup>, типа воздействия<sup>7</sup>, вида агрегатора

---

<sup>1</sup> Печерская Э. П. Дошкольники в сети интернет / Э. П. Печерская, Д. Ю. Меркулова // Теория и практика общественного развития. 2013. № 10. С. 76.

<sup>2</sup> Бороздина Н. Аудитория интернета в 2022 году 22.02.2023 // Mediascope. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrhuhd7t7dxyzw1rhtzxcg3rwk8deg7uk/2022\\_ИНТЕРНЕТ.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrhuhd7t7dxyzw1rhtzxcg3rwk8deg7uk/2022_ИНТЕРНЕТ.pdf) (дата обращения 16.03.2025).

<sup>3</sup> ВебПроверка – отзывы о сайтах, сообщество интернет пользователей. URL: <https://webproverka.com/> (дата обращения 16.03.2025).

<sup>4</sup> Пинчук О. В. Трансформация жанров детских радиопередач: от советского вещания к современному интернет-радио / О. В. Пинчук // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 262–267; Печерская Э. П. Дошкольники в сети интернет / Э. П. Печерская, Д. Ю. Меркулова // Теория и практика общественного развития. 2013. № 10. С. 76–77.

<sup>5</sup> Губанова А. Ю. Медиаконтент для детей как элемент образовательного процесса / А. Ю. Губанова // Медиаобразование. 2017. № 2. С. 152–169; Исаева М. В. Технология разработки детских образовательных интернет-ресурсов / М. В. Исаева, А. А. Логинова, О. А. Шатрова // Технологии и качество. 2018. № 4(42). С. 35–39; Костюченкова М. В. Интернет-ресурсы как важнейшее средство формирования личности ребенка / М. В. Костюченкова // Культурно-образовательная деятельность библиотек и музеев в региональных измерениях: материалы международной научно-практической конференции, Смоленск, 10 февраля 2015 года. Смоленск: Смоленский государственный институт искусств, 2015. С. 291–294 и др.

<sup>6</sup> Богданова Д. А. Информационный мир: новые игрушки / Д. А. Богданова // Школьные технологии. 2018. № 1. С. 15–19; Павлушкина Н. А. Научно-популярные медиа для детей: адаптация в цифровой среде / Н. А. Павлушкина, А. Н. Тепляшина // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3, № 1. С. 226–236 и др.

<sup>7</sup> Маслакова М. В. Безопасный интернет: среда развития электронных информационных и образовательных ресурсов для школьников / М. В. Маслакова // Потенциал библиотеки в современном мире: трансформации, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Самара, 25 мая 2021 года. Самара: Самарский государственный институт культуры, 2021. С. 83–89; Сухорукова Е. В. Медиабезопасность образовательного пространства / Е. В. Сухорукова // Актуальные проблемы

информации<sup>1</sup>, при этом возрастной фактор является общим основанием выявления особенностей того или иного контента, предназначенного для детей.

Мы проанализировали сайты, содержание которых ориентировано на детскую аудиторию, и установили, что интернет-ресурсы для детей можно классифицировать по разным основаниям: в зависимости от функций (образовательная / развивающая, воспитательная, развлекательная, коммуникационная), тематики (наука, религия, мода, кулинария и др.), формата (игры, видео, аудио, форумы и др.), типа воздействия (положительного или деструктивного), вида агрегатора информации (социальные сети, видеосервисы, веб-сайты и др.), доступности (открытые, закрытые, частично закрытые) и др. При этом половозрастной критерий, как правило, выявляется внутри самого ресурса (например, английский для детей от 4-х до 6 лет, для подростков, для сдающих ЕГЭ; игры для девочек или для мальчиков и др.). Далее охарактеризуем виды платформ, содержащих ориентированный на детей контент, в аспекте его воздействия на ребенка (образовательные, воспитательные, развлекательные, имеющие в свою очередь различное по тематике и предлагаемому формату содержание, оказывающие положительное и деструктивное воздействие).

**Образовательные ресурсы** решают разные задачи, поэтому содержат различные форматы обучения:

– системную дополнительную подготовку по основным предметам школьной программы и дополнительным дисциплинам, которую предлагают крупные онлайн-школы, выдающие документы разного уровня, от сертификата (за

---

экопрофилактики в образовательной среде: сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 10-летию научно-практической концепции «Экопрофилактика», Саратов, 10–11 сентября 2021 г. Саратов: Саратовский источник, 2021. С. 231–236 и др.

<sup>1</sup> *Марсавина Е. А.* Особенности развития современных детских радиостанций в Интернете (на примере отечественных детских онлайн-радиостанций) / *Е. А. Марсавина* // Медиасреда. 2017. № 12. С. 184–193; *Харитонова С. В.* Контент-стратегия белорусских медиа для детей в социальных сетях / *С. В. Харитонова* // Филология и человек. 2022. № 3. С. 179–187; *Яловая О. И.* Обзор контента детских каналов видеохостингового сайта «youtube» / *О. И. Яловая* // Мир политики и социологии. 2018. № 2. С. 112–116.

прохождение отдельных курсов) до аттестатов государственного образца, например, «Онлайн-школа № 1», являющаяся резидентом «Сколково», имеющая государственную аккредитацию Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ<sup>1</sup>, или онлайн-школа Ель School полного цикла, также имеющая аккредитацию и выдающая дипломы государственного образца<sup>2</sup>; особого внимания заслуживает «Российская электронная школа», которая предлагает «интерактивные уроки по всему школьному курсу с 1 по 11 класс от лучших учителей страны, созданные для того, чтобы у каждого ребёнка была возможность получить бесплатное качественное общее образование»<sup>3</sup>;

– системную дополнительную подготовку в определенной области, например, «Первая художественная онлайн-школа», занимающаяся обучением детей рисованию по академической программе художественной школы и выдающая по окончании обучения диплом<sup>4</sup>; АНО ДО «Школа программистов»<sup>5</sup>, программа которой рассчитана на обучение от 2-х до 6 лет и др.;

– дополнительную подготовку в виде краткосрочных курсов по тем направлениям обучения, которые актуальны для ребенка или его родителей как акторов, определяющих детскую образовательную траекторию, например, многочисленные ресурсы по обучению языкам (Yes online<sup>6</sup>, «Скайфорд»<sup>7</sup>),

---

<sup>1</sup> *Онлайн-школа* для детей. Дистанционное обучение для школьников. Онлайн-обучение Onlineschool-1. URL: [https://onlineschool-1.ru/?utm\\_source=shkolnik&utm\\_medium=publication&utm\\_campaign=partner](https://onlineschool-1.ru/?utm_source=shkolnik&utm_medium=publication&utm_campaign=partner) (дата обращения 10.12.2024).

<sup>2</sup> *El School* – Онлайн-школа 1–11 класс. URL: <https://el-school.online/> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>3</sup> *Российская электронная школа*. URL: <https://resh.edu.ru/about> (дата обращения 10.12.2022).

<sup>4</sup> *Художественная* онлайн-школа с академической программой и дипломом. URL: <https://hudozhka.online/#1#content-1> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>5</sup> *Виртуальный класс Школы программистов* – обучение детей онлайн. URL: <https://vc.informatics.ru> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>6</sup> *Yes online*. Школа иностранных языков, 5+ (Россия). URL: <https://yes-online.ru/> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>7</sup> *Скайфорд* – онлайн-школа иностранных языков по скайпу. URL: <https://skyford.ru/> (дата обращения 10.12.2024).

шахматам (Online Intellect<sup>1</sup>, Chess First<sup>2</sup> и др.), программированию (GeekBrains<sup>3</sup>, Skysmart Pro<sup>4</sup>) и школьным предметам или всем перечисленным и другим дисциплинам в рамках одного ресурса, например, «Учи.ру»<sup>5</sup>, «Образавр»<sup>6</sup>, «МетаШкола»<sup>7</sup> и др.; особенностью таких платформ является игровая форма обучения, задания в интерактивном увлекательном формате, тесты, часто бесплатные, возможность участвовать в олимпиадах, подготовиться к итоговой аттестации и др.; здесь же, часто предлагаются и ресурсы по развитию речи детей, решению логопедических проблем и под.<sup>8</sup>;

– материалы в формате конспектов, статей, видео по определенным образовательным областям: истории, биологии, химии и др., например, «УчительПРО»<sup>9</sup>, GetAClass<sup>10</sup>, «Зооклуб»<sup>11</sup>, «ХимияПросто»<sup>12</sup> и др.;

---

<sup>1</sup> *Онлайн* школа шахмат для детей от 4 лет. URL: <https://онлайнинтеллект.рф> (дата обращения 12.12.2024).

<sup>2</sup> *Онлайн-обучение* в шахматной школе для детей. Спортивная шахматная онлайн-школа для начинающих. URL: <https://chessfirst.online/> (дата обращения 12.12.2024).

<sup>3</sup> *GeekBrains* – образовательный портал. URL: <https://gb.ru/> (дата обращения 12.12.2024).

<sup>4</sup> *Онлайн-школа* программирования для детей Skysmart Pro в Москве и России. URL: [https://skysmart.ru/programmirovanie-dlya-detej?utm\\_content=feededucation](https://skysmart.ru/programmirovanie-dlya-detej?utm_content=feededucation) (дата обращения 12.12.2024).

<sup>5</sup> *Дистанционное* образование для школьников и детей в интерактивной форме Учи.ру. URL: <https://uchi.ru/> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>6</sup> *Образавр*. Бесплатные уроки, тесты, тренажёры и карточки. URL: <https://obrazavr.ru/> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>7</sup> *МетаШкола* – Интернет-кружки и олимпиады для школьников. URL: <https://metaschool.ru/> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>8</sup> *Logopotam*. URL: <https://logopotam.ru/>; *Novator*. URL: <https://www.novatorkids.ru/> (дата обращения 10.12.2024) и др.;

<sup>9</sup> *УчительПРО*. URL: <https://uchitel.pro/> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>10</sup> *Бесплатные* обучающие видео и уроки по физике и математике для школьников на образовательном ресурсе GetAClass. URL: <https://www.getaclass.ru/#features> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>11</sup> *Сайт* о животных Зооклуб, портал про домашних и диких животных. URL: <https://zooclub.ru/> (дата обращения 10.12.2024).

<sup>12</sup> *Химия* – Просто // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCRzZSz5JlSfN6Ba164vqVCg/featured> (дата обращения 10.12.2024).

– электронные версии журналов для детей<sup>1</sup>. Н. А. Павлушкина, А. Н. Тепляшина проанализировали цифровые научно-популярные журналы из подписки «Детям и подросткам» Почты России: «Юный натуралист», «Квантик», «Классный журнал», «Улитка Коперника» и др. (всего 21 журнал). Исследователи установили, что 76,2 % журналов имеют архивный характер, то есть взаимодействие с аудиторией не осуществляется, контент просто сохраняется в электронном формате и не обновляется, и только 23,8 % ресурсов работают с читателем: обновляют контент, выстраивают коммуникацию и др., то есть большая часть платформ не работает с аудиторией активно; в то же время журналы имеют паблики в социальных сетях, однако доля несовершеннолетних пользователей невелика и контент, по данным на январь 2023 года, обновляется нерегулярно.

В поисковых запросах Яндекс на ключевые слова «онлайн-школа для детей» выдает порядка 8 млн результатов. Данные ресурсы предназначены для развития интеллектуальных способностей ребенка. Интернет предлагает платформы для образования детей разного возраста, от малышей до старшеклассников, по различным направлениям и что немаловажно с гибким ценообразованием вплоть до бесплатного обучения. В связи с чем, на наш взгляд, можно констатировать, что в плане образовательных программ, их функциональности, безусловно, у интернета есть значительные преимущества перед телевидением, которое в первую очередь не имеет соответствующих инструментов для активного вовлечения широкого круга детей в интерактивное взаимодействие. Даже если образовательные программы предлагаются телевидением, их можно смотреть в удобное для ребенка время в онлайн-версии программы, как, например, проект телеканала «Культура» ACADEMIA, признанного в 2011 году самым масштабным просветительским проектом, где

---

<sup>1</sup> Павлушкина Н. А. Научно-популярные медиа для детей: адаптация в цифровой среде / Н. А. Павлушкина, А. Н. Тепляшина // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3, № 1. С. 226–236.

известные ученые читали лекции в научно-популярной форме (все программы с 2015 года представлены на YouTube-канале<sup>1</sup>).

Кроме ресурсов, интеллектуально развивающих детскую аудиторию, в интернете представлены платформы, на которых детям помогают вырабатывать практические навыки, такие как, например, шить (онлайн-школа «Мама шила малышу»<sup>2</sup> и др.), готовить (кулинарная школа «Пудра»<sup>3</sup> и др.), мастерить своими руками («Делай сам»<sup>4</sup> и др.), танцевать, заниматься фитнесом (и рисовать, готовить, мастерить) («Талантикум»<sup>5</sup> и др.) и др. Помимо этого, можно найти справочные материалы вполне доступной для восприятия детей форме (видеоролики, текстовый формат).

Таким образом, мы считаем, что при наличии желания и поисковых навыков в виртуальном пространстве можно найти образовательные ресурсы, удовлетворяющие запросам многих детей и их родителей. Плюс ко всему у образовательных онлайн-платформ есть, на наш взгляд, важная для настоящего времени функция приучения ребенка к возможности выбора индивидуальной образовательной траектории, гибкого подхода к выбору обучающих курсов. Такая возможность представляется важной, поскольку, согласно «современным установкам формируется система пожизненного переобучения, где будут преобладать интенсивные, практически ориентированные курсы»<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> *ACADEMIA* // Канал Культура YouTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCR06zdhHCурqnO4s7lpGMAg> (дата обращения 10.01.2025).

<sup>2</sup> *Онлайн курс по шитью для детей от школы шитья «Мама шила малышу».* URL: <https://school.mamashilamalishu.ru/shitkakmama> (дата обращения 20.12.2024).

<sup>3</sup> *Бесплатные кулинарные онлайн-уроки для детей в школе «Пудра».* URL: [https://rudramk-school.ru/deti\\_free](https://rudramk-school.ru/deti_free) (дата обращения 20.12.2024).

<sup>4</sup> *Делай сам — Детская столярная мастерская.* URL: <https://delaisam30.ru/> (дата обращения 20.12.2024).

<sup>5</sup> *Талантикум — онлайн занятия для детей от 2 лет.* URL: <https://talantikum.com/#advantages> (дата обращения 20.12.2024).

<sup>6</sup> *Львова Е. Н. Гуманистический потенциал электронных платформ в дистанционных культурно-образовательных практиках / Е. Н. Львова // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2021. Т. 223. С. 145–155.*

**Воспитательные ресурсы** решают задачи формирования ответственного гражданина и социализированной личности, они представлены несколькими видами онлайн-платформ.

Цель первого вида – **объединяющих платформ**, – на наш взгляд, направлена на организацию коллективного взаимодействия детей. Данная цель заявлена в Федеральном законе о создании российского добровольного движения детей и молодежи (РДДМ «Движение первых»), которое реализует программу воспитательной работы, объединяя несовершеннолетних и совершеннолетних (последние занимаются воспитанием и организацией детей и подростков). Одной из ведущих целей в законе заявлена «подготовка детей и молодежи 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 культуры, а также развитие у них общественно значимой и творческой активности, высоких нравственных качеств, любви и уважения к Отечеству, трудолюбия, правовой культуры, бережного отношения к окружающей среде, чувства личной ответственности за свою судьбу и судьбу Отечества перед нынешним и будущими поколениями, иные общественно полезные цели»<sup>1</sup>. Вся информация о Движении и регистрация участников осуществляется на сайте<sup>2</sup>. Здесь же детям предлагается выбрать направления работы, в рамках которых хотелось бы принять участие: среди них есть как вполне традиционные сферы, осуществляющие воспитание, например, культура и искусство, спорт, путешествия, здоровый образ жизни, патриотизм и историческая память, так и нетрадиционные или относительно новые для российского социума в области детского воспитания, например, дипломатия и международные отношения, волонтерство и добровольчество и др. К последним

---

<sup>1</sup> «О российском движении детей и молодежи»: Федеральный закон от 14 июля 2022 г. № 261-ФЗ. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/404892173/> (дата обращения 23.09.2024).

<sup>2</sup> РДДМ «Движение Первых». URL: <https://будьвдвижении.рф/news> (дата обращения 23.09.2024).

относится и направление «Медиа и коммуникации “Расскажи о главном”», в рамках которого детям предлагается попробовать себя в составе команды в качестве журналистов: освещать различные мероприятия, проводимые Движением, разрабатывать идеи для социальных сетей, участвовать в различных конкурсах, поработать в федеральных пресс-службах и многое другое, что, на наш взгляд, позволит подготовить социально ответственного участника коммуникационного процесса в интернете, информированного о том, что происходит в стране и мире, неравнодушного, ориентированного на развитие своего государства и гражданского общества в нем. На сайте обозначены ценности Движения: взаимопомощь и взаимоуважение, единство народов России, историческая память – аксиологические доминанты работы организации, вписанные в контекст государственной стратегии развития. Движение и его сайт уже набирают популярность, поскольку «для подростков в реальном и виртуальном мирах важна общечеловеческая и “дружеская” идентичности»<sup>1</sup>. Так, в русле движения предлагается участие в различных онлайн и офлайн-проектах, например, в проводимом дистанционно в марте-мае 2023 года «Открытом конкурсе рисунков школьников “Портрет Эрмитажного кота”», направленном на развитие творческого потенциала и формирование социально-культурной позиции. Конкурс проводится среди 3-х категорий детей: с 6 до 10 лет, с 11 до 14 лет, 15 до 18 лет. В апреле 2023 года на сайте было объявлено об открытии приемочного тура на Всероссийский конкурс эколдеров «Экосистема», победители которого смогут принять участие в I-м слете юных натуралистов на Камчатке и др. У Движения есть паблик в социальной сети «ВКонтакте», на который за несколько месяцев подписалось больше полумиллиона человек<sup>2</sup>. У Движения также есть свое «Классное радио “Движение первых”» и др.

---

<sup>1</sup> Солдатова Г. У., Чигарькова С. В., Илюхина С. Н. Я-реальное и Я-виртуальное: идентификационные матрицы подростков и взрослых // Культурно-историческая психология. 2022. Т. 18. № 4. С. 27–37. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2022180403>.

<sup>2</sup> Движение Первых. URL: [https://vk.com/rddm\\_official](https://vk.com/rddm_official) (дата обращения: 20.04.2024).

Идея воспитания гражданина и патриота заявлена на платформе «ЮНАРМИЯ». Это Всероссийское детско-юношеское движение, основными направлениями деятельности которого являются духовно-нравственное воспитание, социальное, физически-спортивное и интеллектуальное развитие. На сайте предлагаются игры, тесты, библиотека, анонс мероприятий и другие возможности виртуального и реального взаимодействия детей. В социальной группе «ВКонтакте» на данное движение подписано 120 тысяч человек<sup>1</sup>. Можно назвать и другие интернет-ресурсы воспитательной направленности, которые предназначены для детей и подростков общероссийского и регионального масштабов (Большая перемена (503 тыс. подписчиков)<sup>2</sup>, ЮИД и др.<sup>3</sup>). Как справедливо отмечают исследователи А. А. Жирикова и А. В. Сычев, изучавшие работу детских общественных организаций как условие формирования будущего гражданского общества в России, эти «объединения можно рассмотреть как группы, представляющие различные слои общества, отличающиеся по уровню благосостояния, здоровья, месту жительства, национальной, профессиональной, образовательной, научной, трудовой принадлежности; как буфер между богатыми и бедными семьями, средство эффективной поддержки равных шансов для детей»<sup>4</sup>. Электронный доступ к данным ресурсам дает детям дополнительные возможности для принятия участия как в виртуальных, так и в реальных мероприятиях в рамках деятельности такого рода организаций.

Помимо объединяющих детей ресурсов в интернете представлены **консультативные онлайн-платформы**, предлагающие услуги, связанные с вопросами воспитания, отдельным семьям. Так, центр «Воспитанный ребенок»

---

<sup>1</sup> ЮНАРМИЯ. URL: <https://vk.com/un.armia> (дата обращения: 20.04.2024).

<sup>2</sup> Большая перемена. URL: <https://vk.com/bpcontest>; ЮИД – Юные инспекторы движения. URL: <https://yuid.ru/> (дата обращения: 20.04.2023).

<sup>4</sup> Жирикова А. А. Детские общественные организации как элемент института гражданского общества современной России: социологический анализ / А. А. Жирикова, А. В. Сычев // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2013. № 2 (103). С. 191–201.

предлагает онлайн-консультации и программу воспитания, рассчитанную на несколько лет, преимущественно для родителей, по обучению детей поведенческим навыкам, позволяющим им адекватно социализироваться. На платформе предлагается обучение здоровому образу жизни, половому воспитанию, стрессоустойчивости, использованию эмоционального интеллекта, заботе о родителях, формированию уважения к закону и государству и др.<sup>1</sup> Платформа «Дети России Онлайн» посвящена консультациям детей и взрослых, а также обучению в сфере социализации несовершеннолетних пользователей Интернетом<sup>2</sup>. НЭБ Свет – научная электронная библиотека для детей с бесплатным доступом – предлагает читать и скачивать книги, слушать их в варианте аудиозаписи, проходить тесты, использовать материалы в формате приложения<sup>3</sup> и др. Данный ресурс имеет, на наш взгляд, воспитательное значение, поскольку художественная литература приучает детей анализировать, оценивать поступки героев, делать вместе с ними нравственный выбор и др.

**Развлекательные ресурсы** предназначены для того, чтобы дать детям возможность проводить досуг. Отметим, что зачастую невозможно однозначно разделить образовательные, воспитательные и развлекательные ресурсы. Более того, качественная платформа, на наш взгляд, предоставляет детский контент, в котором сочетаются все три социальные функции. Так, например, на интернет-платформе «345-games.ru», на которой предлагаются развивающие игры для детей 3-4, 5-7 лет, есть разделы: развитие, воспитание, игры, поделки<sup>4</sup>. «Детский сайт» обращается к детям и взрослым, он включает в себя игры, музыку, книги (например, сказки народов мира), головоломки, поделки, информацию о животных

---

<sup>1</sup> *Детский* Центр // 7spsy. URL: <https://7spsy.com/service/detskij-centr-vospitannyj-rebenok> (дата обращения 23.09.2024).

<sup>2</sup> *Сайт* проектов Фонда Развития Интернет – Дети России онлайн. URL: <http://detionline.com/> (дата обращения 23.09.2024).

<sup>3</sup> «*НЭБ Свет*» мобильное приложение: каталог. URL: <https://svetapp.rusneb.ru/catalog> (дата обращения 23.09.2024).

<sup>4</sup> *Развивающие* игры для детей 3-4-5 лет // 345-games.ru. URL: <https://345-games.ru/> (дата обращения 23.10.2024).

и другие материалы, которые реализуют задачи развития и воспитания через развлечение в форме игры<sup>1</sup>. В то же время заметим, что такой синтез функций, как правило, представлен на платформах, содержание которых адресовано младшему возрасту. Для подростков весь контент рассредоточен по разным ресурсам: онлайн-кинотеатрам, типа «Кинопоиска», Premier и др., где есть детские фильмы, сериалы и мультфильмы; игровым сайтам, например, «Яндекс Игры», онлайн-версия настольной игры «Монополия», «Интернет-Джин» и др.; социальным сетям; видеосервису YouTube (подробнее будет рассмотрен далее, в п. 2.2).

**Коммуникационные платформы** включают в себя паблики социальных сетей и мессенджеры, в которых есть возможность обратной связи с подписчиками и другими гостями ресурса в виде лайков / дизлайков, комментариев; форумы, на которых предоставляется возможность обсуждать различные темы в зависимости от интересов детей и подростков. Так, в интернете до недавнего времени можно было обнаружить форумы по интересам для подростков, например, фандомы, объединяющие поклонников произведений, пишущих по мотивам любимого произведения (на сайте Fanfics.me содержится 2268 фандомов, посвященных «Гарри Поттеру», «Вселенной Марвела», «Звездным войнам» и др.<sup>2</sup>). Безусловно, на этих платформах общаются не только подростки, но и совершеннолетние молодые люди, с учетом того, что большинство участников вступают в общение под придуманными никами, вообще трудно определить возраст участников. В целом большая часть коммуникации осуществляется в соцсетях и мессенджерах. Например, в сети ВКонтакте есть группы «Фиксики» (182 тыс. участников), «АниСтар – новые серии аниме, дунхуа» (36 тыс. подписчиков). Кроме того, подросткам предлагаются вакансии, например, «Вакансии для подростков СПб», сообщества знакомств, например, несколько пабликов «Знакомства для подростков» и др. Большую популярность приобрел в последние годы сервис

---

<sup>1</sup> Детский сайт. URL: <https://lifebabies.ru/> (дата обращения 23.01.2025).

<sup>2</sup> Fanfics.me. URL: [https://fanfics.me/fandoms\\_rating](https://fanfics.me/fandoms_rating) (дата обращения 22.12.2024).

«TikTok», на котором дети не только смотрят разный контент, но и сами выкладывают снятые ими самостоятельно видео.

Таким образом, на наш взгляд, можно утверждать, что интернет предоставляет неограниченный охват контента, предназначенного для детей: здесь можно найти образовательные ресурсы разного типа, от краткосрочных курсов по разным направлениям и дисциплинам, в традиционном и игровом форматах, для самостоятельного изучения и под руководством педагога или наставника, платные и бесплатные и др.; площадки, основная функция которых воспитание личности и гражданина; ресурсы развлекательного характера.

В то же время показательное исследование предпочтений в выборе контента детьми 2, 6 и 9 классов, проведенное среди учащихся воронежских школ, выполненное О. В. Пинчук. Оно подтверждает исследования других ученых и практиков, согласно которым основной интерес детей в обращении к интернету связан с поиском развлекательного контента и коммуникации, а не образовательного и развивающего контента. В связи с чем исследователи приходят к выводу, что делать качественные интернет-ресурсы имеет смысл только в сопровождении развития медиаграмотности детей (мы бы добавили – еще и родителей), которая поможет разобраться с обилием информации, размещенной в виртуальном пространстве. Медиаобразование рассматривается О. В. Пинчук как «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам»<sup>1</sup>. Данный вопрос и на сегодняшний день остается открытым.

---

<sup>1</sup> Пинчук О. В. Дети и подростки в Интернете: медийные практики, педагогический аспект / О. В. Пинчук // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2013. Т. 12, № 10. С. 62.

Исследователи выделяют причины, по которым дети обращаются к интернету, помимо сложившейся с детства привычки ввиду его широкого распространения. В монографии «Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а» В. А. Плешаков пишет, что многие дети нередко находят себя в интернет-общении из-за недостатка в обычной жизни коммуникаций со сверстниками, а также неумения выстраивать живой диалог, вести продолжительные беседы, высказывать свои мнения и отстаивать мнения: проще послать какой-то смайлик и написать пару слов, чем вступить в активное вербальное взаимодействие с кем-то и выразить свои эмоции<sup>1</sup>. Этому способствует и анонимность виртуального общения, дающая ощущение неограниченной свободы: ребёнок может погрузиться в отличную от привычной ему реальности, завести, например, страничку с другим именем, выступать под ником в не свойственной ему роли, в том числе взрослого человека. По наблюдениям исследователей, более 90% всех опрошенных старших школьников воспринимают интернет через призму положительных эмоций, что побуждает старшего школьника, несмотря на объективно накапливающуюся усталость, часами сидеть в Сети<sup>2</sup>. Проблематика погружения молодого поколения в другую – виртуальную – реальность отражена во многих работах отечественных и зарубежных исследователей<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Плешаков В. А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а: монография / В. А. Плешаков. М.: МПГУ, Прометей, 2012. С. 24.

<sup>2</sup> Плешаков В. А. Социализация старших школьников в Интернете как проблема педагогики / В. А. Плешаков, Н. В. Угольников // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=7018> (дата обращения: 22.04.2022).

<sup>3</sup> Костюченкова М. В. Интернет-ресурсы как важнейшее средство формирования личности ребенка / М. В. Костюченкова // Культурно-образовательная деятельность библиотек и музеев в региональных измерениях: материалы международной научно-практической конференции, Смоленск, 10 февраля 2015 года. Смоленск: Смоленский государственный институт искусств, 2015. С. 291–294; Сухова Е. И. Применение цифровых интернет-ресурсов в организации педагогической помощи семьям дошкольников в непростой период дистанционного образования / Е. И. Сухова, Д. М. Семичев // Дошкольное образование в современном изменяющемся мире: теория и практика: материалы VI Международной научно-практической конференции, Чита, 27–26 ноября 2020 года. Чита: Забайкальский государственный университет, 2020. Ч 1. С. 191–197; Угольников Н. В. Интернет как институт социализации старших школьников:

Исследования Лаборатории Касперского на тему «Что чаще всего ищут дети в интернете?» показали, что предпочтение дети отдают сайтам с видео, музыкой и другим развлекательным контентом (28 % от всей интернет-активности детей в конце декабря 2018 – начале января 2019 года), при этом лидируют запросы на просмотры мультипликационных фильмов, видеоблогов и трансляций компьютерных игр на интернет-платформе «YouTube» или видеостриминговом сервисе «Twitch». В новогодние каникулы 2019 года был обнаружен большой интерес детей к онлайн-магазинам: «Согласно анонимизированной статистике компании, более четверти (28 %) сайтов, на которые заходили или пытались зайти юные пользователи в России, составили шопинговые площадки», 27 % пришлось на общение детей в социальных сетях и мессенджерах<sup>1</sup>.

В 2021 году среди популярных интернет-ресурсов были игры (76 % обращений), видео (70 % обращений), коммуникация с друзьями (67 % обращений) и подготовка к урокам (53% обращений). При этом дети чаще всего заходят в интернет из смартфонов (80% опрошенных учащихся)<sup>2</sup>.

В то же время остро стоит вопрос о детской кибербезопасности. По данным той же компании «Лаборатория Касперского» за 2022 год, 79 % детей получают заявки на добавление в друзья от незнакомых людей, из них 23 % – от взрослых, причем чаще всего под прицелом находятся дети 7–10 лет. Кроме того, дети размещают в сетях много личной информации: «Так, почти половина указывают в социальных сетях свой настоящий возраст и рассказывают о своих увлечениях,

---

автореф. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Н. В. Угольков. М., 2012. 25 с.; *Chen C.-X.* Why are children attracted to the internet? The role of need satisfaction perceived online and perceived in daily real life / C.-X. Chen, R.-D. Liu, D. Wang // *Computers in Human Behavior*. 2013. Vol. 29. Pp. 185–192; *Rachmayani D.* Internet for Children: a Review Study / D. Rachmayani // *Proceedings of the 3rd International Conference on Early Childhood Education (ICECE 2016)*. Atlantis Press, 2017. DOI:10.2991/icece-16.2017.24 и др.

<sup>1</sup> *Пока вы ели оливье: «Лаборатория Касперского» выяснила, что искали дети в интернете в новогодние праздники* // Лаборатория Касперского. URL: [https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2019\\_what-children-were-looking-for-on-the-internet](https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2019_what-children-were-looking-for-on-the-internet) (дата обращения 12.10.2024).

<sup>2</sup> *Защита детей – Исследование 2021: Взрослые и дети в интернете. Цифровые привычки*. URL: [https://kids.kaspersky.ru/article/issledovanie\\_vzroslye\\_i\\_deti\\_v\\_internete\\_cifrovye\\_privychki](https://kids.kaspersky.ru/article/issledovanie_vzroslye_i_deti_v_internete_cifrovye_privychki) (дата обращения 10.04.2024).

больше четверти (27 %) отмечают номер школы, 13 % выкладывают фотографии, на которых видно обстановку квартиры, 12 % указывают имена родственников (родителей), а 10 % и вовсе публикуют номер мобильного телефона»<sup>1</sup>.

Кроме того, в интернете дети видят большое количество «недетской информации» (от рекламы до экстремистского контента). При этом, согласно данным Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ «Цифровая экономика», установлено, что с 2011 года по 2020 год доля пользователей 3–6 лет увеличилась с 22,6 % до 68,3 % соответственно, 7–11 лет – с 42,2 % до 83,3 %<sup>2</sup>.

По данным БДФОМ 15 % детей дошкольного возраста, среди которых был проведен опрос, утверждают, что видели в интернете непонятные видео, рекламу и прочие материалы, которые их пугали, приводили в шок и под. 15 % – это, примерно, каждый седьмой ребёнок дошкольного возраста, когда родители имеют больше возможностей контролировать детей<sup>3</sup>.

Важно отметить роль родителей в формировании культуры медиапотребления детьми. По данным аналитического агентства «WeAreSocial», не все родители знают, что просматривают их дети в интернете. Лишь 32% родителей проверяют все увлечения и просматриваемые страницы своих детей, 41% знают большую часть, но далеко не всё, 27% родителей знают меньшую часть либо вообще не владеют информацией, касаясь просмотра интернет-контента детьми<sup>4</sup>. Между тем, как выявили Э. П. Печерская и Д. Ю. Меркулова, когда речь

---

<sup>1</sup> *Защита* детей – Исследование 2022: Взрослые и дети в интернете: альтернативные цифровые реальности. URL: [https://kids.kaspersky.ru/article/vzroslye\\_i\\_deti\\_v\\_internete\\_alternativnye\\_cifrovye\\_realnosti](https://kids.kaspersky.ru/article/vzroslye_i_deti_v_internete_alternativnye_cifrovye_realnosti) (дата обращения 10.04.2023).

<sup>2</sup> *Цифровая экономика: 2022: краткий статистический сборник* / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневецкий и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022. С. 46.

<sup>3</sup> *База данных Фонда Общественного Мнения. Опрос населения «Интернет в России»*. URL: [www.bdfom.ru](http://www.bdfom.ru) (дата обращения 10.04.2023).

<sup>4</sup> *Пакет отчетов «Global Digital» 2018*, составленный аналитическим агентством «WeAreSocial» (В рамках исследования с помощью анкетирования были опрошены 356 учеников

касается «дошкольников и их семей потребность в интернете зачастую испытывают сами родители, поскольку Сеть удобна в качестве средства “пристраивания” ребенка, чтобы заняться домашними делами: с этой функцией интернета согласился каждый второй родитель (53 %). Однако это не исключает того, что интернет приносит пользу и самому ребенку, развивая в нем здоровую любознательность – этой точки зрения также придерживаются половина опрошенных родителей (49 %). На каждого родителя, не согласного с указанным выше утверждением, приходится двое, кто видит в этом положительную роль Сети»<sup>1</sup>.

Эксперты по кибербезопасности указали на угрозы, которым подвержены все пользователи интернета, в том числе дети: «опасность коммуникационного характера (контакты со злоумышленниками и т. д.); контентные риски (доступ к нежелательному содержанию и т. д.); потребительские риски (неконтролируемые покупки и т. д.); технические риски (угрозы заражения вредоносным программным обеспечением и т. д.); интернет-зависимость»<sup>2</sup>. При этом одним из путей решения проблемы предлагается создание справочных медиаресурсов, аккумулирующих информацию о полезных и безопасных платформах для детей и их родителей<sup>3</sup>. В целом исследователи и практики говорят о необходимости формирования в интернете безопасной среды и возможности для пользователей получать медиаобразование, которое обеспечит их компетенцией безопасного использования ресурсов виртуального пространства<sup>4</sup>.

---

средних и старших классов, а также 100 человек среди родителей учащихся). URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018/> (дата обращения 10.04.2023).

<sup>1</sup> Печерская Э. П. Дошкольники в сети интернет / Э. П. Печерская, Д. Ю. Меркулова // Теория и практика общественного развития. 2013. № 10. С. 77.

<sup>2</sup> Маслакова М. В. Безопасный интернет: среда развития электронных информационных и образовательных ресурсов для школьников / М. В. Маслакова // Потенциал библиотеки в современном мире: трансформации, перспективы: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Самара, 25 мая 2021 года. Самара: Самарский государственный институт культуры, 2021. С. 83–89.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Адольф В. А. Цифровая трансформация образования: безопасность и пути ее обеспечения / В. А. Адольф, И. В. Трусей, А. А. Кужугет // Проблемы современного

Таким образом, интернет-платформы в системе медиапотребления детьми, с одной стороны, занимают значительное место, чем старше становится ребенок, тем больше времени он проводит в интернете, обращаясь к развлекательному, образовательному, коммуникационному, воспитательному контенту, предпочитая, по оценкам экспертов, развлекательный и коммуникационный каналы другим видам информации. Тем не менее в виртуальном пространстве представлено большое количество ресурсов, которое при правильном поиске и использовании позволяет выбрать ребенку для себя или родителю для своего ребенка широкий спектр платформ для полезного использования. С другой стороны, такой широкий диапазон материалов, трудности в контроле за подростками со стороны родителей содержат множество угроз. Решением проблемы, хотя бы частичным, видится медиаобразование детской и родительской аудитории, что в настоящее время комплексно пока не представлено в информационном и образовательном пространстве.

## **2.2. YouTube Kids: характеристики, особенности контента**

Устойчивой детской площадкой с защищенным просмотром в интернете является видеосервис «Детский YouTube» – это большая индустрия мультсериалов, игр, познавательных программ, которая делает попытку защитить детей от «взрослого» контента, агрессии. Для этого в начале использования родителям, создающим аккаунт, предлагается задать разные настройки, в том числе родительский контроль, который позволяет блокировать те каналы, которые

---

образования. 2022. № 5. С. 53–66; Сухорукова Е. В. Медиабезопасность образовательного пространства / Е. В. Сухорукова // Актуальные проблемы экопрофилактики в образовательной среде: сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 10-летию научно-практической концепции «Экопрофилактика», Саратов, 10–11 сентября 2021 г. Саратов: Саратовский источник, 2021. С. 231–236; Фатеева И. А. Что такое медиабезопасность и как она соотносится с информационной безопасностью? / И. А. Фатеева // Экология медиасреды: матер. III Открытой межвуз. науч.-практ. конф., Москва, 27 апреля 2018 года. М.: Московский пед. гос. ун-т, 2018. С. 98–107.

кажутся неприемлемыми. Как замечает О. И. Яловая по поводу детского YouTube, «продолжая руководствоваться принципами своего “старшего товарища”, здесь не наблюдаются какие-либо видимые ограничения. Другими словами, на новой платформе отсутствует всякая фильтрация контента, который потребляют дети и их родители. Порой он становится опасным для их психического и даже физического здоровья»<sup>1</sup>. С этой точки зрения важно, что канал совершенствуется, в том числе развивая функции родительского контроля. Взрослым, оформляющим аккаунт для ребенка, предлагается контент «Для самых маленьких» (до 4-х лет), «Для дошкольников» (5–8 лет), «Для детей постарше» (9–12 лет), при этом сами разработчики сайта предупреждают, что контент фильтруется автоматически и родители сами должны следить за тем, что смотрит ребенок, а в случае неприемлемости материала имеют возможность пожаловаться.

Детям до 4-х лет предлагается пять вкладок, нажав на которые можно выбрать подходящий контент: рекомендованное, шоу, музыка, обучение и навигатор. В каждом разделе предлагаются мультфильмы как сериальные истории, которые в целом между собой принципиально не отличаются, и обучающие короткие влоги, например, посвященные рисованию (Klyaksa School, 27,1 тыс. подписчиков)<sup>2</sup>, российские и иностранные, например, переведенный на русский язык канал Blippi<sup>3</sup>. Формат преимущественного представления материала – популярная у детей анимация<sup>4</sup>.

Детям от 5 до 8 лет жанрово предлагается контент в основном того же типа: российские, советские и иностранные мультфильмы, однако для данной возрастной категории контент несколько отличается: появляется больше записей

---

<sup>1</sup> Яловая О. И. Обзор контента детских каналов видеохостингового сайта "youtube" / О. И. Яловая // Мир политики и социологии. 2018. № 2. С. 113.

<sup>2</sup> Пингвин рисунок для детей – YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=OyU4sdwjzsc&hl=ru> (дата обращения 10.04.2025).

<sup>3</sup> Блиппи изучает животных! | Блиппи на Русском | Изучай этот Мир вместе с Блиппи | Blippi // YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=wliXj7gLouA&hl=ru> (дата обращения 10.04.2025).

<sup>4</sup> Рекомендованные – YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/?hl=ru> (дата обращения 10.04.2025).

видеороликов с участием реальных людей – детей и взрослых, например, Miss Katy (23,4 млн подписчиков) о том, чем занимается семья (Катя, ее брат и папа): строит дом, играет, выбирает еду и др.<sup>1</sup>; My little Nastya (4,88 млн подписчиков) о девочке, которая танцует, поет, заботится о котенке и др.<sup>2</sup>

Детям от 9 до 12 лет предлагается также анимационный контент, частично более взрослый, например, «Три богатыря» от «Мельницы» и влоги. Последние с участием ребят более старшего возраста (Трум Трум СЕЛЕКТ<sup>3</sup>), с использованием познавательного контента, например, о Ю. А. Гагарине или об изучении иностранного языка от CTC Kids<sup>4</sup> и др.

Заметим, что предлагаемый для определенного возраста мультипликационный контент мало различается, для всех зрителей предлагаются мультфильмы типа «Фиксики», «Три кота», «Ми-ми-мишки» и под. Однако содержание влогов более ориентировано на возраст нежели анимация.

По данным сайта «Tuberank.ru» на 23 апреля 2023, за предшествующие 14 дней в 30 лидеров по просмотрам входит 22 канала для детей и подростков, значительная часть из которых является российскими.

Таблица 5

Рейтинг YouTube каналов<sup>5</sup>

№	Канал	Количество подписчиков	Количество просмотров	Количество роликов
---	-------	------------------------	-----------------------	--------------------

<sup>1</sup> *Полезная еда или жидкая* // YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=wa3ZIVHNMI&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).

<sup>2</sup> *Наш КОТЁНОК* новый питомец у Насти и Саши КАК назвать Первые покупки ВЛОГ // YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=Jp10eUzQsD4&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).

<sup>3</sup> *Строим секретные домики для животных* // YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=gSTr4fKD7II&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).

<sup>4</sup> *Развлекёба*. Учим греческий за 25 сек #shorts // YouTube Детям. URL: [https://www.youtubekids.com/watch?v=eDtISt4Fz6A&list=UUiR\\_DVo6Zf7Pye92bPLTOCQ&hl=ru](https://www.youtubekids.com/watch?v=eDtISt4Fz6A&list=UUiR_DVo6Zf7Pye92bPLTOCQ&hl=ru) (дата обращения 10.04.2024).

<sup>5</sup> *Топ 100* популярных ютуб каналов. Рейтинг YouTube каналов. URL: <https://tuberank.ru/> (дата обращения 23.04.2024).

1	Kids Diana Show	110 000 000	90 813 726 851	1 085
2	Маша и Медведь	42 300 000	35 707 748 757	1 378
3	Get Movies	46 100 000	30 165 303 002	3 229
4	A4	45 100 000	21 663 419 535	744
5	Mister Max	23 100 000	14 796 532 033	1 048
6	Лунтик	7 470 000	11 374 058 399	1 460
7	СТС	11 900 000	10 227 065 212	10 707
8	Россия 24	8 920 000	9 756 209 016	258 569
9	Kids Roma Show	26 100 000	9 621 499 375	628
10	RizaNovaUZ	9 820 000	9 473 582 593	7 962
11	Vania Mania Kids	21 800 000	9 439 211 686	95
12	Teremok TV	10 000 000	9 389 952 572	3 604
13	FAMILY BOX	11 400 000	9 212 725 478	1 145
14	Познаватель	17 600 000	8 558 394 715	477
15	Like Nastya	18 300 000	8 001 250 846	468
16	Барбоскины	7 370 000	7 876 759 924	1 193
17	Теремок. Песенки для детей	11 300 000	7 658 754 550	1 280
18	Toys Unlimited	11 700 000	6 899 191 588	964
19	Трум Трум	14 600 000	6 840 987 148	2 246
20	PozzitifonShow	13 400 000	6 769 913 947	3 138

21	fixiki	6 930 000	6 705 846 586	1 197
22	Kuplinov ► Play	15 100 000	6 574 746 092	6 556
23	EdisonPts	14 800 000	6 402 892 684	3 653
24	Луномосик	13 000 000	6 264 481 019	572
25	PlanetaOfficial	2 470 000	6 243 981 266	3 915
26	Анимационные сериалы	6 930 000	5 688 294 820	2 226
27	ЕвгенБро	11 000 000	5 667 693 721	2 384
28	Первый канал	7 820 000	5 636 064 577	28 082
29	Маша та Ведмідь	12 600 000	5 444 751 478	1 167
30	Капуки Кануки	4 330 000	5 254 886 160	1 233

Из данной таблицы видно, что часть каналов предназначена взрослой аудитории, например, новостной канал «Россия 24», либо в зависимости от программы, например, СТС, где основная часть контента адресована взрослым, но есть и мультфильмы. Кроме того, в список входят каналы влогеров, чей контент адресован также совершеннолетней аудитории, например, каналы RizaNovaUZ, Kuplinov ► Play и др.

В то же время большая часть контента популярных YouTube каналов предназначена для несовершеннолетней аудитории, следовательно, по просмотрам можно сделать вывод, что основной зритель этих каналов – дети. У детской аудитории особой популярностью пользуются 2 типа контента: анимационный (Get Movies, Маша и Медведь, Лунтик, Барбоскины, fixiki и др.) и влоги (Kids Diana Show, Kids Roma Show (англоязычный, заявленный Википедией так: «Диана – герои каналов Kids Diana Show и Kids Roma Show на видеохостинге YouTube – брат и сестра из Украины, одни из самых популярных детей-видеоблогеров русскоязычного сегмента Интернета<sup>1</sup>), А4, Like Nastya, Познаватель и др.). По наблюдениям исследователей, которые подтверждаются нашим анализом

<sup>1</sup> Kids Diana Show и Kids Roma Show // Википедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Kids\\_Diana\\_Show\\_и\\_Kids\\_Roma\\_Show](https://ru.wikipedia.org/wiki/Kids_Diana_Show_и_Kids_Roma_Show) (дата обращения 23.04.2024).

популярности детских каналов на YouTube, контент влогов, ставших очень популярными у детской аудитории, не отличается большим разнообразием: «В основном, он в себе содержит то, как юные владельцы каналов покупают и распечатывают необычные и дорогие игрушки или отправляются в путешествие с родителями»<sup>1</sup>. Каналов познавательного характера в топе предпочтений детей мало. В то же время на некоторых ресурсах можно найти элементы воспитательного подхода, например, в аннотации к влогу Like Nastya говорится: «Я очень люблю животных, поэтому мы всей семьей помогаем приюту кошечек и собачек. Благодаря вашим подпискам мы сможем спасти и вылечить больше животных»<sup>2</sup>.

Для удобства использования детьми интерфейс YouTube Kids оформлен с помощью ярких картинок, крупного текста и больших иконок. Для безопасности детей во время поиска и просмотра данной платформы разработчики сделали так, что комментарии на ней могут быть отключены как самим владельцем канала, так и YouTube, а родители могут настроить сервис таким образом, чтобы дети могли смотреть данный сайт ограниченное время. Можно обозначить основные области безопасности на данной платформе:

1. *Родительский контроль.* Родители могут заблокировать видео и каналы, если не хотят, чтобы ребенок их просматривал, или разрешить только подборки, созданные партнерами «YouTube Kids» в области культуры, спорта или интернет-безопасности.

2. *История просмотров.* Родители всегда могут увидеть, что просмотрел их ребенок.

---

<sup>1</sup> Яловая О. И. Обзор контента детских каналов видеохостингового сайта "youtube" / О. И. Яловая // Мир политики и социологии. 2018. № 2. С. 115.

<sup>2</sup> *Статистика* YouTube канала Like Nastya. Рейтинг YouTube каналов. URL: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCJplp5SjeGSdVdwsfb9Q7lQ> (дата обращения 23.04.2024).

3. *Контроль поиска.* Родители могут настроить поиск видео так, чтобы у детей был доступ к определённому объёму информации. При желании функцию поиска можно отключить.

4. *Ограничение времени.* Родители имеют возможность выставить лимит времени, чтобы ребёнок проводил в приложениях меньше времени.

5. *Жалобы.* Родители всегда могут обратиться в службу поддержки о неадекватном видео, которое показалось неуместными для детского контента, а сервисная поддержка обязана проверить данный ролик.

6. *Реклама.* Требования к рекламе на YouTube Kids обусловлены детским восприятием информации: она ограничена по времени (продолжительность рекламных роликов не превышает 60 секунд), должна содержать информацию только о детских товарах и не должна использовать переходных ссылок. Маленькие зрители не должны увидеть рекламу сайтов знакомств, видеоигр, ресторанов, фастфудов, товаров для похудения, а также любой информации, не предназначенной для детей младше 12 лет.

Канал YouTube Kids обеспечивает охват семейной аудитории с детьми от 0 до 12 лет, поэтому наиболее актуальным приложение будет для рекламодателей магазинов игрушек, игр, детских развлекательных парков и центров, а также для производителей детских фильмов и анимации. Согласно опросу Google Survey, проведенному в 2017 году, 50 % юных зрителей и их родителей находят в приложении идеи для подарков (игрушки и игры), а 30% узнают о них из рекламы в приложении, куда можно пойти с детьми и что посмотреть. Рекламную кампанию можно настроить полностью на приложение или выбрать отдельные тематические пакеты контента отдельных каналов<sup>1</sup>.

Явно выраженной, на наш взгляд, проблемой видеосервиса является отсутствие даже заявленного контента для подростков на YouTube Kids. Для этой категории детей во взрослом YouTube предлагаются только разрозненные влоги,

---

<sup>1</sup> По данным поискового сайта «Google».

созданные зачастую самими подростками или молодыми совершеннолетними людьми, которые предлагают к просмотру или обсуждению темы, интересные данному возрасту, например, полезные советы о том, как одеваться, общаться, питаться и под. (Топ 5 ошибок до 18 лет. Полезные советы для подростков (анимация). YouTube; Если ты подросток – посмотри это видео... YouTube; Можно ли делать ЭТО девочкам? Мифы о САМОЙ ИНТИМНОЙ ТЕМЕ для подростков. YouTube; ЛАЙФХАКИ для ПОДРОСТКОВ 🤝❤️/скраб для губ/кудри за 5 минут/вазелин в носки 😊 YouTube и др.), анонсы и обзоры фильмов и сериалов (7 ЛУЧШИХ НОВЫХ СЕРИАЛОВ ОТ NETFLIX ДЛЯ ПОДРОСТКОВ 2021-2022 📌 TOP СЕРИАЛЫ КОТОРЫЕ УЖЕ ВЫШЛИ – YouTube и др.), скетчи (ДЕВУШКИ В 6 ЛЕТ vs 16 ЛЕТ vs 30 ЛЕТ | СКЕТЧ - YouTube) и др.<sup>1</sup>

Таким образом, многие подростки переходят на просмотр «взрослого» канала YouTube, где можно найти подростковые блоги. Здесь можно встретить шутки про хамство в общественном транспорте, руки дяди Федора из «Простоквашино», напоминающие ягодицы Ким Кардашьян и тысячи других материалов. Всё это школьники смотрят в формате слайд-шоу с закадровыми комментариями. Автор канала увеличивает количество подписчиков, обещая съесть сырую картошку. Поколение, выросшее на «Смешариках», шутит про персонажей с именами Боляш, Пьян, Страх Страхыч, Дрожь, Суициднюша и Безнадежик. На наш взгляд, глубокий анализ контента каналов, адресованных подросткам, является перспективой исследования детского и подросткового интернета, что в настоящее время представлено пока очень фрагментарно<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Каналы для подростков // YouTube.

<sup>2</sup> Губанова А. Ю. Интернет в детском лагере / А. Ю. Губанова // Народное образование. 2013. № 3. С. 76–79; Исаева М. В. Технология разработки детских образовательных интернет-ресурсов / М. В. Исаева, А. А. Логинова, О. А. Шатрова // Технологии и качество. 2018. № 4(42). С. 35–39; Карabanов А. А. Субкультура детства в современном сетевом пространстве: проблемное поле исследования / А. А. Карabanов // Национальная ассоциация ученых. 2021. № 65-3. С. 19–21; Максимова Н. В. Специфика читательского адреса детских интернет-журналов / Н. В. Максимова // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 4 (77). С. 447–450; Марсавина Е. А. Особенности развития современных детских радиостанций в Интернете (на примере отечественных детских онлайн-радиостанций) / Е. А. Марсавина // Медиа среда. 2017. № 12. С.

### Выводы по второй главе

1. Контент, предлагаемый в интернете, имеет ряд преимуществ перед телевизионным. Интернет-технологии в XXI веке создали условия для новых форматов медиапотребления. Детская аудитория, которая получила возможность настраивать любые доступные каналы коммуникации как в детском сегменте интернета, так и во взрослом при отсутствии родительского контроля, особо подвержена его влиянию. Поскольку сетевой контент в отличие от предлагаемого телевидением значительно более объемен и тематически разнообразен, он пользуется у детской и, особенно, подростковой аудитории большой популярностью. Кроме того, интернет-платформы являются наиболее простым и доступным видом поиска информации и общения среди детей и подростков. Коммуникация в сети предлагает ряд преимуществ, отсутствующих в реальной жизни: здесь можно оставаться анонимным, не скрывать эмоций, позиционировать себя тем, кем не являешься и др.

2. Анализ сайтов, адресатом которых является детская аудитория, показал, что интернет-платформы для детей и подростков можно дифференцировать по разным основаниям: социальным функциям, которые имеет контент ресурса: образовательной /развивающей, воспитательной, развлекательной, коммуникационной; тематической направленности: информация посвящена вопросам науки, религии, моды, приготовления пищи и др.; формату: игровому, блогам, влогам, форумам и др.; оказываемому воздействию, положительному или деструктивному; виду ресурса: социальные сети, видеохостинги, веб-сайты и др.; доступности: открытые, закрытые, частично закрытые ресурсы и др. При этом

---

184—193; *Пинчук О. В.* Дети и подростки в Интернете: медийные практики, педагогический аспект // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2013. Т. 12, № 10. С. 56—63; *Прус И. В.* «От тупого быдла в Интернете до нового героя протестов: дисфемизм школота и репрезентация подросткового участия в публичной сфере / И. В. Прус // Шаги/Steps. 2023. Т. 9, № 1. С. 163—184; *Харитонова С. В.* Контент-стратегия белорусских медиа для детей в социальных сетях / С. В. Харитонова // Филология и человек. 2022. № 3. С. 179—187 и др.

критерии возраста и пола, как правило, варьируются внутри самого ресурса (например, изучение иностранного языка для детей от 4-х до 6 лет, для сдающих ЕГЭ; советы для девочек или для мальчиков и др.).

3. Ресурсы, представленные в интернете для детей и подростков, при грамотном поиске ими и их родителями, 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; дополнительные занятия разной сложности по дисциплинам, изучаемым в школе; уроки дополнительного образования (шахматы, игра на гитаре, программирование 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 и другие материалы по математике, химии, истории, биологии; электронные версии журналов для детей, в которых предлагается информация познавательного характера, хотя и недостаточно регулярно размещаемая, и обновляемая. На образовательных платформах размещается большое количество тестов по разным областям знаний и школьным дисциплинам, которые позволяют детям бесплатно проверить себя. Кроме того, в интернете представлены ресурсы, ориентированные на помощь детям в развитии практических навыков. Можно найти соответствующие возрасту влоги и блоги, обучающие шитью, приготовлению пищи, танцам и др.

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 в рамках развлекательного ресурса, как правило, несколько видов контента (обучающий, развивающий, собственно развлекательный и др.), то для подростков таких ресурсов нет: вся информация

рассредоточена по разным платформам, в том числе адресованным взрослым потребителям. В связи с чем большую популярность у подростков имеют коммуникационные платформы: паблики социальных сетей, мессенджеры, предлагающие обратную связь с подписчиками, создавая таким образом новый вид виртуальной коммуникации.

Меньшее количество платформ реализует воспитательную функцию, тем не менее такая работа ведется, в том числе на государственном уровне (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). К последним, на наш взгляд, относятся и некоторые детские онлайн-библиотеки, предлагающие художественные произведения, которые развивают юного читателя этически и эстетически.

Важно подчеркнуть, что образовательная, воспитательная, развлекательная, коммуникационная функции реализуются, как правило, на интернет-платформах, предлагающих качественный контент, что необходимо, на наш взгляд, во всех случаях, когда речь идет об информационном поле для детей и подростков.

4. Особого внимания в сфере детского интернета заслуживает YouTube Kids как актуальная интернет-площадка для детской аудитории. С одной стороны, возможности настройки контента родителями для своих детей, установления родительского контроля за жанрами и временем просмотра, 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. Следовательно, важной и сложной проблемой в настоящее время является

разработка и внедрение интернет-площадок для подростков, которые будут предлагать им интересный и безопасный контент, но в то же время из-за трудностей переходного возраста детей могут быть контролируемы родителями.

5. Большие объемы информации в интернете, зачастую сомнительного содержания, обуславливают необходимость решения вопроса о медиаобразовании как детей, так и многих взрослых. Несмотря на обилие образовательной, развивающей, воспитательной информации, основные предпочтения детей находятся в сфере развлекательного контента. Кроме того, у многих детей слабо развиты поисковые навыки, способность, в частности в силу возраста, отличить опасную информацию от полезной, распознать пользователя, имеющего криминальные намерения в отношении самого ребенка. Более того, сами родители не всегда могут помочь своим детям развить медиаграмотность, часто не интересуются, с кем они общаются в сети, какие личные данные о семье выкладывают в виртуальное пространство и под. Таким образом, нам представляется необходимым внедрение программ медиаобразования как в школьную программу, так и в открытое информационное пространство, например, в формате курсов, справочных материалов, видеоуроков и под., важно при этом широкое пропагандирование через разные виды медиа, в том числе телевидение, идеи о жизненной важности медийной грамотности для детей и взрослых.

## ГЛАВА 3. ЯЗЫК СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И НОРМАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ

### 3.1. Особенности языка героев мультипликационных фильмов

Одним из самых популярных видов детской медиапродукции является мультипликация. Она не только реализует развлекательную функцию, но и обладает большим педагогическим потенциалом. Науки, изучающие детство, «только начали свой путь исследования потенциала мультипликации, им предстоит изучать проблемы соотношения медиаграмотности и медиавосприятия, изменения Я-концепции под влиянием просмотра мультипликационного кино, вопросы использования мультфильма как средства воспитания личности дошкольника, медиаобразование в ДОУ и в семье»<sup>1</sup>. Так, ученые анализируют влияние мультипликации на развитие и нравственное воспитание детей дошкольного и младшего школьного возраста<sup>2</sup>, на развитие во внеурочной деятельности эмоционально-волевой сферы детей с использованием компьютерной мультипликации<sup>3</sup>, исследователи обращаются к лингводидактическим аспектам анимации<sup>4</sup>, логопедическому потенциалу мультфильмов и формированию

---

<sup>1</sup> Багрызлова Д. В. Информатизация образовательного процесса как форма социальных трансформаций в сфере образования: детская мультипликация как новая ИКТ-технология / Д. В. Багрызлова // Социальные трансформации. 2022. № 33. С. 30.

<sup>2</sup> Куниченко О. В. Особенности воспитания нравственного поведения старших школьников: дис. ... канд. филол. н. / О. В. Куниченко. Волгоград, 2015. 223 с.; Соколов М. В. Психологический анализ мультфильмов для детей дошкольного возраста / М. В. Соколов, М. В. Мазурова // Психолог в детском саду. 2011. № 1. С. 91–99; Хижуховская Т. В. Детская мультипликация в образовательном процессе ДОУ / Т. В. Хижуховская, Е. Ю. Лешкунова // Уникальные исследования XXI века. 2017. № 7. С. 5–10.

<sup>3</sup> Федосов А. Ю. Коррекция и развитие эмоционально-волевой сферы младших школьников методом компьютерной мультипликации во внеурочной деятельности / А. Ю. Федосов, Н. Н. Молитвослова // Герценовские чтения. Начальное образование. 2022. Т. 13, № 1. С. 15–22.

<sup>4</sup> Елистратов В. С. Мультипликация как феномен русской культурной памяти: лингводидактические аспекты / В. С. Елистратов, Е. В. Потемкина, И. В. Ружицкий // Вестник

эмоционального лексикона посредством детской анимации<sup>1</sup>, ее влиянию на социальное здоровье семьи<sup>2</sup>, на формирование языковой личности<sup>3</sup> и др.

Кроме того, мультфильмы, по мнению исследователей, являются частью национальной культурной памяти, «одним из важнейших и константных пластов памяти, заложенных в детстве»<sup>4</sup>. При этом «российская и особенно советская мультипликация – это исключительный феномен, не имеющий аналогов в истории по своему качеству и количеству художественного материала, интересного представителям разных культур, детям и взрослым»<sup>5</sup>. Язык как составная часть культуры актуализируется в мультипликации прецедентными текстами, именами, афоризмами, цитатами, которые русскоязычные люди, выросшие на отечественных мультфильмах, помнят всю жизнь. Так, исследователи подсчитали, что «помимо коннотативного имени собственного *Винни-Пух*, в русском языке употребляются еще более 20 реплик, принадлежащих персонажам знаменитой серии»<sup>6</sup>. Например, в Национальном корпусе русского языка встречается контекст, связанный с темой бизнеса: *Когда они получали эту помощь, о свободе бизнеса никто почему-то не вспоминал. Ряд предприятий и целых отраслей вообще постоянно просят*

---

Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2021. № 4. С. 108—118. DOI 10.18384/2310-7219-2021-4-108-118.

<sup>1</sup> *Каштанова С. Н.* Использование логопедической мультипликации в формировании эмоциональной лексики у старших дошкольников с общим недоразвитием речи / С. Н. Каштанова, И. Н. Курочкина // Проблемы современного педагогического образования. 2021. № 72-3. С. 155–158.

<sup>2</sup> *Леонтьева Т. В.* Детская мультипликация как фактор социального здоровья семьи / Т. В. Леонтьева, И. В. Долгорукова // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2021. Т. 29, № 5. С. 1152–1155. DOI 10.32687/0869-866X-2021-29-5-1152-1155.

<sup>3</sup> *Черняк В. Д.* Персонажи мультфильмов как составляющая интертекстуального тезауруса языковой личности / В. Д. Черняк, Х. Ли // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2019. № 5(202). С. 88–94. DOI 10.23951/1609-624X-2017-5-88-94.

<sup>4</sup> *Елистратов В. С.* Мультипликация как феномен русской культурной памяти: лингводидактические аспекты / В. С. Елистратов, Е. В. Потемкина, И. В. Ружицкий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2021. № 4. С. 109.

<sup>5</sup> Там же, С. 110.

<sup>6</sup> *Хасанова А. Р.* Мультфильмы о Винни-Пухе как источнике крылатых выражений / А. Р. Хасанова // Студент и наука (гуманитарный цикл) – 2018: Материалы международной студенческой научно-практической конференции, Магнитогорск, 21–23 марта 2018 года. Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2018. С. 478.

поддержки, и эти просьбы начинают напоминать профессиональное попрошайничество. Кто-нибудь видел, чтобы пчёлы просили мёд у медведя? Как говорил **Винни Пух**, **пчёлы нужны, чтобы делать мёд**. А мёд нужен, чтобы медведь его ел», – сказал Сергей Миронов<sup>1</sup>.

Там же можно найти и другие примеры обращения к языку мультипликации: *Сатановский сравнил Жан-Пьер с домовенком Кузей после страшилок США по поводу референдумов* (politexpert.net, 2022); как говорил **кот Матроскин**: **«Совместный труд для моей пользы объединяет»**. Так что, если хотите иметь крепкую и дружную семью, у вас один выход — превратить мужа и детей в своих помощников и союзников (Время для счастья // Аргументы и факты, 2006); *Известный штамп про богатую Европу и отсталую в финансовом плане Южную Америку остался в прошлом. По крайней мере, экономика Бразилии чувствует себя превосходно (грядущее проведение чемпионата мира и Олимпийских игр тому подтверждение)*. Как говорится, **«зачем куда-то ехать, нас и здесь неплохо кормят!»** (Е. Шуваев. Мальчик хочет... Куда? «ССФ» пытается предугадать дальнейшую судьбу Неймара // Советский спорт, 2013)<sup>2</sup> и др. Исследователи подтверждают: «Данные ассоциативных экспериментов и многочисленные случаи обращения к мультфильмам как источникам интертекстуальных включений свидетельствуют о закреплённости имен персонажей из мультфильмов в ассоциативно-вербальной сети, о том, что произведения этого жанра киноискусства остаются в памяти языковой личности надолго»<sup>3</sup>. Таким образом, язык героев мультфильмов играет значительную роль в формировании культурного багажа и в языковом развитии ребенка.

---

<sup>1</sup> Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru> (дата обращения 20.09.2022).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Черняк В. Д. Персонажи мультфильмов как составляющая интертекстуального тезауруса языковой личности / В. Д. Черняк, Х. Ли // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2019. № 5(202). С. 92.

Между тем речь персонажей детской мультипликации воспринимается неоднозначно. С одной стороны, для героев анимации характерно словотворчество, главным образом для персонажей советских мультфильмов, не случайно их фразы стали прецедентными для нескольких поколений россиян (*Это я, почтальон Печкин, принес журнал «Мурзилка»; Свободу попугаям!; Я не жадный, я домовитый; Щас спою!; Фокусы – это ловкость рук и никакого мошенничества* и др.). С другой стороны, герои мультфильмов часто имитируют речь маленького ребенка со свойственным ей искажением звуков (например, Чебурашка говорит голосом маленького ребенка в отличие от крокодила Гены, чей голос соотносится с тем, как говорит взрослый мужчина; одна из собачек в м/ф «Барбоскины» не произносит звук [р] и под.), нарушают словообразовательные, грамматические и лексические нормы, занимаются словотворчеством. Однако речевые нарушения, в том числе имитационные, требуют коррекции либо в самом фильме (что предпочтительно), либо с участием родителей, поскольку ребенок, который учится говорить фиксирует неправильный вариант произношения или использования слова.

Так, одним из мультипликационных продуктов, пользующихся большой популярностью, в том числе на канале «Карусель», является сериал «Маша и Медведь»<sup>1</sup>. Характерной особенностью речи главной героини стало искажение норм употребления слов, при этом создатели персонажа используют эрративы для имитации речи ребенка, но правильный вариант употребления языковой единицы не предлагают. Например, в серии «Спи моя радость, усни» Маша говорит: *Если дети в спячку укладАются, все медведи дружно умиляются*. Создатели мультфильма намеренно коверкают слова, чтобы они рифмовались (*укладАются – умиляются*). Между тем отметим, что стихи запоминаются детьми лучше обычного нерифмованного текста, поскольку для ребёнка языковая игра на основе созвучия

---

<sup>1</sup> Все мультфильмы, в том числе ниже приведённые, входят в ТОП-20 популярных программ на телеканале «Карусель», согласно рейтингу Mediascore за 2019 год. Ссылки на все серии, описанные в исследовании, есть на официальном сайте телеканала: <https://www.karusel-tv.ru>

естественная речевая практика. Можно предположить, что пример неправильного употребления слова останется в памяти ребенка как верный. Создатели другого популярного российского мультфильма «Фиксики» нашли выход из данного положения. В песне «Пассатижи» герои анимационного сериала несколько раз повторяют фразу с неверным ударением в одном из слов: *Только пальцы береги, пальцы людям дорогИ*. Эрратив в данном случае используется для создания рифмы. Однако в конце песни герой исправляет ошибку, проговаривая 3 раза правильный вариант, подчеркивая, что прежний был неверен: *Пальцы людям дОроги, дОроги, дОроги, а не дорогИ*.

Героиня сериала «Маша и Медведь» допускает орфографические ошибки. В блокноте у девочки написано *борсук*, рисунок подписан *с новдИм годом* (часть буквы «ы» повернута в неправильную сторону) и т.д. Это ошибки вполне допустимые для девочки пяти лет. Но в то же время её никто не исправляет, хотя коррекция ошибки часто используемый и, на наш взгляд, правильный прием, выполняющий функцию обучения. К примеру, в мультипликационном сериале «Царевны» в серии «Рыцарь ордена заколки» Баба Яга получает поздравительную открытку от Избушки, в которой написано: *Дарогая ты наша*. Героиня возмущается и исправляет автора надписи: *Вот грамотеи! Дарогая! Дорогая надо! Учат их, учат...* В данном мультфильме орфографические ошибки считает недопустимыми даже отрицательный персонаж. В советском мультипликационном фильме «В стране невыученных уроков» (1969) главный герой Витя Перестукин тоже допускает как орфографические, так и речевые ошибки, но в итоге исправляет их. В конце мультфильма Витя научился правильно писать и у ребенка как зрителя остается понимание, что учиться, правильно говорить и писать – это хорошо. В то же время в мультфильме «Крокодил Гена» (1969) главный герой тоже допускает ошибку в написании. В объявлении он перебирает вариант написания *крокодил/кракодил* и отдает предпочтение второму: *Молодой кракодил хочет завести себе друзей*. И даже дважды проговаривает слово *кракодил* вслух, акцентируя на ошибке внимание, – и никто из других персонажей ошибку не

замечает на протяжении всего фильма, хотя это объявление показано неоднократно. Однако в литературной основе произведения Эдуарда Успенского «Крокодил Гена и его друзья» главный герой совершает сразу три грамматических ошибки: *Молодой крокодил пятидесяти лет хочет зависти себе друзей. С предложениями обращаться по адресу: Большая Пирожная, дом 15, корпусы. Звонить три с половиной раза.* Но девочка Галя, которая пришла познакомиться с Геней при первой встрече обращает его внимание на неверное написание слов и подчеркивает, что писать надо грамотно. На наш взгляд, этот прием – исправление ошибки – выполняет не только развлекательную, но и образовательную функцию, прививая ребенку установку на грамотность.

Одной из характерных особенностей речи Маши в мультсериале «Маша и Медведь» становится частое использование междометий (*ах, ух, ох, ой-ой* и т.п.), которые являются маркерами очень простых эмоций и непроизвольно запоминаются ребёнком, что обуславливает затем подражательное повторение им тех же слов и с той же интонацией. Кроме того, в мультфильме герои используют просторечные выражения (*дрыхнешь, рожка* и т.д.), кальки иностранных слов (*пардон, мерси*), плеоназмы (*май месяц*) и др. Таким образом, намеренное искажение культурно-речевых норм, с одной стороны, является характеристикой героини, подтверждающей ее периодически не вполне адекватное поведение, с другой – создает пример для подражания, поскольку мультсериал пользуется большой популярностью и ребенок может смотреть его неоднократно, при этом каждый раз слыша искаженное употребление языковой единицы.

Отдельно надо сказать о словотворчестве Маши в данном сериале, которое свойственно детям и представляет интересные примеры языковой игры персонажа: каламбуры, иронию, фонетическую игру слов.

В серии «Следы невиданных зверей» Маша, рассматривает следы животных и поёт песенку про несуществующих зверей, названия которых изменяет разными способами. Она включает в свою речь разные по типу выразительные средства, например, спунеризмы: девочка соединяет слоги в парах слов *крокомот, бегедил*

(крокодил, бегемот), попукан, пелигай (попугай, пеликан); первые буквы ворова (ворона, корова), коробей (коров, воробей); или окказионализмы (соединяет корни разных слов нособраз, дикорог (носорог, дикобраз), корень одного слова и конец другого жукаф (жук+жираф).

Между тем словотворчество в приведенных случаях не влечет за собой появление слов с новыми значениями (В другой серии «День варенья» Маша варит варенье и произносит фразу с новым словом: *Настроение у меня варЕное*). По сути это просто игра словами, которая свойственна ребенку. В начале песни Маша проговаривает правильные названия животных, поэтому дети легко расшифровывают новые образования и понимают их суть. Спунеризмы *крокомот* и *бегедил* (крестообразное преобразование слов *бегемот* и *крокодил*), которые придумали создатели «Маши и Медведя», и вовсе уже перешли в разряд крылатых единиц, используемых во взрослом контенте. На интернет-ресурсах размещен рассказ «Бегедил и Крокомот» Бориса Кригера (proza.ru, 2007), в соцсети «ВКонтакте» есть официальная группа Центра Креативного Развития Детей, которая называется «Крокомот и Бегедил» (vk.com, 2015), данные спунеризмы вошли в разряд прецедентных и используются в заголовках к публикациям «Крокомот, бегедил и нейромаркетинг» (proforientator.ru, 2018) и др.<sup>1</sup>

Детское словотворчество находится в фокусе внимания специалистов разных сфер, в том числе занимающихся созданием детского медийного дискурса. Мультипликация – один из видов киноискусства, отражающих особенности детства, в частности языкового развития детей, для которых свойственна склонность к созданию новых слов, свидетельствующая «о творческом характере речевого онтогенеза»<sup>2</sup>. При этом необходимо учитывать, что в аспекте социального развития «содержание мультфильма может прививать ребенку нормы поведения»,

<sup>1</sup> Подробнее об этом: 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. 170—184. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-10-170-185.

<sup>2</sup> Цейтлин С. Н. К вопросу о словообразовании в русской детской речи / С. Н. Цейтлин // Российский гуманитарный журнал. 2021. Т. 10. № 2. С. 107. DOI 10.15643/libartrus-2021.2.4.

а «мультипликационный персонаж представляется для ребенка важной фигурой, с которой он отождествляет себя»<sup>1</sup>. В связи с этим особенное внимание обращает на себя речь персонажей, тиражирующая ошибки, которая, на наш взгляд, не может быть примером для подражания.

Факты неправильного словоупотребления языковых единиц, которые авторами мультфильма могут рассматриваться как словотворчество, зачастую являются культурно-речевыми нарушениями. Так, нарушение словообразовательных норм можно увидеть в детском мультсериале «Малышарики», само название которого является окказиональным образованием. Данный сериал адресован самому маленькому зрителю – от 0 до 3 лет. В этом возрасте у ребенка начинается активное развитие речи, поэтому лексика героев должна быть максимально правильной, а сама речь – грамотной и понятной. В серии «Бабочки» герои мультфильма поют песню, в которой есть такая строчка: *Невозможно усидеть, если ты веселый деть*. С одной стороны, дети действительно часто так и образуют слова, но с другой – в данном возрасте грубая морфологическая ошибка воспринимается в качестве нормы, создавая неправильную модель выбора морфологической формы. В мультсериале, обучающем детей создавать различные поделки, на канале «Карусель» в серии «Черепашенок» голос за кадром говорит: *Из цветной бумаги вырежьте лапы и хвостик* (правильный вариант *вырежьте*).

Одним из проблемных мест речи персонажей мультипликационных фильмов является употребление ими просторечных слов и жаргонизмов. В популярном мультсериале «Барбоскины», несмотря на возрастную ценз 0+, в каждой серии можно услышать стилистически сниженную лексику: дружок Барбоскина употребляет жаргонное слово *улёт*. Персонаж по имени Роза использует просторечное выражение *ну, ваще*. Самый маленький из героев – щенок Малыш –

---

<sup>1</sup> Серебренникова Ю. А. Педагогический потенциал детской мультипликации в современном образовании / Ю. А. Серебренникова, Н. С. Муродходжаева // Известия института педагогики и психологии образования. 2020. № 3. С. 48.

регулярно говорит *ухты-пухты*. Персонаж Дружок часто произносит фразу: *Гвоздь мне в кеды*, являющуюся эвфемизмом грубого взрослого выражения. Лиза Барбоскина обладает ярко выраженным дефектом речи – картавит. Поскольку она один из любимых детских персонажей, то зрители берут с нее пример, подражают ей и целенаправленно коверкают слова. С точки зрения реализации развивающей и обучающей функций, речь персонажей мультфильма с ошибками негативно влияет на ребенка, демонстрируя некорректные образцы общения героев.

Данная проблема выявляется и в популярном мультсериале «Смешарики», поскольку при оценке коммуникативных качеств речи героев становится очевидным нарушение ряда из них. Например, Заяц по имени Крош часто использует в своей речи выражения *Ёлки-иголки* или *Оба-на!*, нарушая качество чистоты речи, поскольку частое использование этих выражений делает их «паразитами», не говоря уже о том, что первое является эвфемизмом узнаваемого взрослого выражения. В последнем случае нарушается качество уместности употребления. Особенно обильно эвфемистичными словами и выражениями насыщена речь персонажа по имени Копатыч: *Зашиби меня, пчала; Укуси меня, пчала*, причем слово *пчела* герой произносит как *пчАла*, что является нарушением орфоэпической нормы и никак в мультфильме не обсуждается – не предлагается правильный вариант. Кроме того, в речи персонаж часто использует выражения: *Вот, зараза!; РебятЫ, вы чАво?*

Речь одного из героев – иностранца Пина – насыщена иностранными словами, употребляемыми без пояснения, а также кальками иностранных слов и выражений. Он произносит: *Компрессия!; Йя-йя!; О, май гад!; Найн; Фантастиш* и т.д. – без какого-либо пояснения, расшифровки, перевода. Использование данных слов авторы сериала, видимо, включили в речь героя для стилизации, однако маленькому зрителю необходимо пояснять их значения и связь с иностранным языком.

Кроме того, подчеркнем, что мультфильм сложен для восприятия маленькими детьми, он перегружен высказываниями, которые непонятны (Бараш:

*Смыслы вкладываются, и получаются конфликты; Кар-Карыч: Сантименты, строптивый характер), имеют характер канцеляризмов (Кар-Карыч: Задерживаться по инструкции; Нюша: Не подхожу ни по одному параметру, Крош: Вы не можете отрицать очевидное), выражают иронию, которая детям не может быть понятна (Бараш: В тебе говорит усталый дух). Детям сложно воспринимать смысл таких выражений, соответственно, они теряют нить разговора героев мультфильма и общую суть сюжета, а смотрят только динамично изменяющуюся картинку.*

Можно предположить, что российские мультипликаторы при создании сюжетов и разработке характеров персонажей, в том числе их речевых портретов, идут по пути западной анимации, где взрослые тексты (шутки с сексуальным подтекстом, тема экскрементов, смерти и под., репрезентируемые соответствующей лексикой) вкладываются в уста персонажей, которые впоследствии становятся любимыми героями детей<sup>1</sup>. Так, в популярном российском мультфильме «Три богатыря», многие высказывания его героев никак нельзя назвать детскими: *Эх, Алёша, жену не за покорность любят; Господи, кто меня окружает...; Ты же богатырь, возьми лук, пойдешь в лес и убей кого-нибудь!* Проанализировав язык героев (которые активно используют грубые, просторечные, жаргонные единицы языка) из иностранных и отечественных любимых мультфильмов российских зрителей («Тачки», 3 части м/ф «Ледниковый период», «Шрек», «Подводная братва», «Приключения Алёнушки и Ерёмы», «Смешарики» и др.), А. Бурухина подчеркивает: «Ситуация усугубляется тем, что часто такие слова и выражения используются главными, положительными героями, с которых дети стремятся брать пример. А поскольку дошкольники еще не обладают критическим мышлением, есть вероятность, что они будут использовать

---

<sup>1</sup> Подробно об этом: Бурухина А. Анализ лексики современных анимационных фильмов / А. Бурухина // Сайт Уполномоченного по правам ребенка в Свердловской области. URL: [http://www.svdeti.ru/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=315:анализ-лексики-современных-анимационных-фильмов&Itemid=688](http://www.svdeti.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=315:анализ-лексики-современных-анимационных-фильмов&Itemid=688) (дата обращения 10.01.2024).

эту лексику своих любимых героев, считая ее настоящей, живой, “прикольной”. Именно эта лексика может лечь в основу культуры речи детей»<sup>1</sup>.

Таким образом, можно констатировать, 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, причем зачастую в ее стилистически сниженной разновидности, что привлекает внимание детей, но пагубно влияет на их культурно-речевое развитие. В этом смысле такие мультипликационные продукты оказывают, согласно классификации современного телевидения, разработанной профессором А. А. Грабельниковым, который делит его на три типа: развлекательное, развивающее и разрушающее<sup>2</sup>, последнее разрушающее воздействие. Этот вопрос требует соответствующей оценки со стороны общества и государства и принятия мер для создания преимущественно развивающего контента для детей. Установка на данный тип содержания детских программ будет способствовать реализации «Стратегии развития и воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года» в части оказания содействия «популяризации в информационном пространстве традиционных российских культурных, в том числе эстетических, нравственных и семейных, ценностей и норм поведения»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> *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. Тверь 2019. 115 с.

<sup>3</sup> *Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 N 996-р [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_180402/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/) (дата обращения: 20.03.2024).*

### 3.2. Характерные особенности языка передач на каналах «Карусель» и Youtube Kids

В данной части исследования рассмотрим особенности языка передач на каналах «Карусель» и Youtube Kids.

Жанровая структура контента телеканала «Карусель» была проанализирована в п.п.1.3. На сайте канала представлены разные типы передач развлекательного, развивающего и информационного характера, среди которых часть представляет традиционное для современного детского ТВ содержание. Так, в разделе программ познавательного типа представлены кулинарные шоу, где взрослый профессиональный артист и дети готовят разные блюда, например, *«Еда на ура!»*: *«Весёлые ведущие Тутта, Марфа и Ваня расскажут маленьким нехочухам, что блюда бывают не только полезные, но еще забавные, аппетитные и очень вкусные!»*; *«Семья на ура! Завтрак»* посвящена приготовлению блюд для семьи мужем Тутты Ларсен Валерой Колосковым; *«Что в тарелке?»*, где *«шеф-повар Никита Сечин и команда юных кулинаров-исследователей»* изучают особенности разных продуктов; шоу *«Каша-малаша»*, в котором ведущий – дядя Саша и ребята узнают о приготовлении разных необычных блюд: *«полосатого матраса»* и *«гречневой черепахи»*; *«Съедобное или несъедобное»* – шоу, в котором *«в студию к Антону Зайцеву приходят дети и демонстрируют свои кулинарные таланты. Они делятся семейными рецептами, показывают, как приготовить настоящий шедевр, импровизируют и играют в игру»*<sup>1</sup>.

В целом язык героев передач, анонсов к ним и их названия соответствуют нормам литературного языка. В названиях передач используются средства выразительности, например, риторические фигуры (*«Семья на ура!»*; *«Что в тарелке?»*), идиомы (*«Дай пять»*), окказионализмы (*«Цветняшки»*, *«Капризка»*, *«Енотки. Первые слова»*). Кроме того, встречаются названия, которые сразу наводят на мысль о патриотическом контексте: *«Мы живем в России»* – программа

---

<sup>1</sup> Все анонсы программ на телеканале Карусель. URL: <https://www.karusel-tv.ru/announce/program> (дата обращения 12.04.2024).

об известных городах страны; «*Мульти-Россия*» – цикл анимационных фильмов о регионах и народах России. В аннотациях к данным передачам используется лексика солидаризации: *единство страны, яркая и праздничная панорама России, национальные костюмы, показать Россию детям*. Главный герой сериала *Медведь-краевед* – русский образ.

В познавательной передаче «*Проще простого!*» ведущие – молодые люди Степа и Артем – простым, доступным детям языком рассказывают, как мастерить различные предметы: *...мальчишки пилят, сверлят, стучат молотками! Но не только! Еще они решают кроссворды, головоломки, шарады, играют в слова, города и другие познавательные игры*. После программы предлагается тест «Вы мастер или ломастер?», где грамотно и корректно для возраста, задаются вопросы по представленному в передаче материалу. В программе «*Как устроен город*» сами ребята рассказывают о сложном устройстве города и его инфраструктуре грамотным литературным языком. Новостная программа «*Навигатор*», которую тоже ведут дети, сообщает интересные сведения из жизни современных детей. В целом надо отметить, что в электронной версии канала «Карусель» программы познавательного и информационного характера действительно предназначены для развития детей, но они сложно разбросаны по сайту (много времени тратится на поиск), не классифицированы для удобства поиска и слабо анонсированы.

Между тем анализ телеверсии канала показывает, что на телевидении, как правило, предлагается мультипликационный развлекательный контент. Так, телепрограмма 3-х дней с 8, 10 и 11 мая 2023 года включает в себя 79 передач, из которых новостная программа «Навигатор» показана 1 раз, 6 раз «Погода», 6 раз «С добрым утром, малыши!» и «Спокойной ночи, малыши!», только 1 раз развивающая программа «Мастерская УМЕЛЫЕ РУЧКИ» и 3 раза киножурнал «Ералаш». Все остальное время занимают мультфильмы (качество многих из них не соответствует, на наш взгляд, задачам развивающего телевидения для детей (см. пп.3.1)). Сами названия в телепрограмме часто включают иностранные слова: *Петроникс, Инфинити Надо, Тобот. Детективы Галактики, Дикие скричеры!*;

*Герои Энвелла; Край бибис; Гризли и лемминги; Супер Мяу; Йоко, Фиксики* и др. Исключением стала программа 9 мая, в которой из 34 программ были представлены 14 патриотических передач и мультфильмов, посвященных Великой Отечественной войне: *Путь к Великой Победе* (о битвах за Москву и Сталинград, о Курской дуге, о параде), *Мой музей* (о наградах ВОВ, о еде во время войны); *Светлой памяти павших в борьбе против фашизма. Минута молчания; Воспоминания. Детям военных лет посвящается*. Однако не до, не после указанной выше программы такого рода передачи не появляются в эфире. Таким образом, несоответствие выбора жанров на телеканале и в электронной версии, на наш взгляд, демонстрирует большую заботу о развитии детей на сайте «Карусель», в отличие от телеканала, где акцент сделан на развлекательном контенте.

Принципиально иные выводы можно сделать при просмотре интернет-канала Youtube Kids, жанровый анализ содержания которого выполнен в пп. 2.2. Как отмечалось, наиболее популярными жанрами на данном канале являются мультфильмы и влоги. Последний вид контента вообще пользуется большой симпатией зрителей любого возраста: он проще для восприятия, нежели текст для чтения или аудиопередача. Кроме того, влоги как наиболее модная форма творчества позволяют благодаря большому количеству подписчиков привлекать рекламодателей на канал и зарабатывать. При этом видеоблоги познавательного, интеллектуального характера существенно проигрывают влогам, демонстрирующим ситуации из жизни, главным образом намеренно смоделированные. Именно последние в большом количестве представлены на канале Youtube Kids с соответствующе оформленной, приближенной к реальной речи героев историй.

Мы проанализировали более 60 роликов разных авторов – взрослых и детей – и выявили общие характеристики дискурса влогов, которые Youtube Kids предлагает в рекомендациях.

Первое, что обращает на себя внимание, это тематическое однообразие, поскольку показанные истории основаны в первую очередь на идее потребления.

Так, одним из популярных видов контента является распаковка подарков. Например, в влоге «DiLi Play (3,09 млн подписчиков) СТАРШАЯ школа VS МЛАДШАЯ. Школьный Сюрприз Бокс от YouBox. ЧТО В КОРОБКЕ и у кого больше канцелярии?» две сестры распаковывают канцелярские товары. Этот процесс сопровождается комментариями с использованием жаргона, например: *«Я придумала прикольный челлендж. Вот такой вот приколенький маркер; Прикольно.»* В другом видеоролике «Подписчики собирают меня в школу на 1 сентября // back to school» (Fast Sergey (2,55 млн подписчиков)) герой и его мама выбирают то, что нужно для школы, все время обращаясь к подписчикам, в результате слово навязчиво повторяется много раз. Выбранные предметы оцениваются разными производными жаргонизма *крутой*. Видео «Поиграйка с Царевной - РАСПАКОВКА Шоколадные яйца Сюрприз внутри! Собираем пазлы» влога «Жила-была Царевна (2,57 млн подписчиков) посвящен извлечению из шоколадных яиц игрушек: когда героиня достает пазлы, произносит похожее на *Вау*.

Данная тематика коррелирует в других видеоблогах с темой доходов и социальной дифференциацией общества, например, «СКЕТЧ от НЮСЯ TV (2,04 млн подписчиков) БОГАТАЯ Школьница VS БЕДНАЯ КАПРИЗНАЯ Двоечница против Отличницы Типы Школьников» предлагает историю, в которой девушка (на вид 30+) изображает капризную девочку из богатой семьи: ей надоела черная икра, она постоянно выбирает еду, одежду, аксессуары, прогуливает школу и др. Другой образ – бедная девочка, которая спит на полу и рада любой еде и одежде (предполагается, что положительный персонаж именно она). Языковая характеристика персонажей при общем искажении интонации соответствующая: малограмотная речь богатой девочки с использованием просторечия, сленга, обращение к тематике, демонстрирующей любовь к западной культуре: *«**Что** это меня так рано разбудили? Там есть айфон **по-любому**. Мне даже нечего **одеть!** **Одену** свой обычный лук; **Посижу** на одном уроке и поеду на **шопинг**; Это что ко мне **Святой Николай** пришел? Сегодня **День святого Николая**»*. Кроме того,

сами названия разных роликов аккумулируют тему денег: *Как заработать ребенку МНОГО ДЕНЕГ чтобы купить что хочется* (Клуб Tube), *Нашла ОЧЕНЬ много денег!!! Потратила все деньги!!!* (Клуб Tube), *Заработали много денег! Устроили распродажу* (Клуб Tube); *Как Детям ЗАРАБОТАТЬ На то Что ХОЧЕТСЯ?* (Boys and Toys 9,93 млн подписчиков), *Сергея УЗНАЛ СЕКРЕТ как заработать много денег за оценки! МАМА такого не ожидала!* (Fast Sergey 2,55 млн подписчиков) и др.

Во влоге «Follow Me (4,49 млн подписчиков) РАЗЫСКИВАЕМ ДЕВОЧКУ!!!» дети ищут пропавшую одноклассницу за 1 миллион долларов, которые им обещает заплатить учительница, причем предлагает по не озвученным в ролике причинам в довольно агрессивной форме. При этом мотивация, почему надо искать одноклассницу, формулируется именно через «магическое» число миллион, которое потом соотносится с миллионом подписчиков на канале детей, во что учительница не верит и обещает побриться налысо, если дети наберут это число зрителей: *Миллион подписчиков? Если это произойдет, я налысо побреюсь.* В процессе просмотра ролика непонятно для чего так показан учитель: это пародия или авторы его видят таким в реальной жизни. Речь его, помимо агрессии, характеризуется и низким уровнем речевой культуры: *А чо мы молчим?; Угу, Вам больше ничего не дать!; Беремся за учебу, за голову и начинаем учиться!* и др. В связи с этим выглядит закономерным, что речь детей тоже характеризуется фамильярно-разговорной культурой: Мальчик: *Окей, давай;* Девочка: *Не пОняла; Вы **ваще** адекватные? **Капец!** Мы не могли к вам дозвониться* и др. Между тем в связи с такой репрезентацией образа современного учителя логично выглядит ролик девочки, которая пародирует учителей: «Family Play TV Я СТАВЛЮ ОЦЕНКИ в ШКОЛЕ Этот ролик могут забанить? Paper's Grade, Please!»: *Здесь ээ что я показываю...; я влеплю двойку; Я не помню этих, как их звать, учеников; Какого на фиг динозавра* и др.

В основе многих видеороликов лежит тема конфликта по совершенно разным поводам, например, сломали телефон: Follow Me (4,49 млн подписчиков)



(ребенок-дошкольник еще не умеет правильно произносить слово, но уже знает его значение, которое относится к теме вражды). *Это какая-то подстава* (дети и родители повторяют это много раз), *Будет капец* (говорит папа, подсовывая дочерям бутылку с газировкой, которая на них должна неожиданно вылиться) (НАС НЕ ПРОВЕДЕШЬ!!! ГЛУПЫЕ ПРАНКИ ИЗ ТИКТОКА ОТ НАШИХ РОДИТЕЛЕЙ). В другом влоге дети пугают маму, которая сидит с маленьким ребенком, при этом мама все время восклицает: *Обалдеть! Чо происходит? А дочка говорит: Мама будет в шоке* (Клуб Tube); шутят над друзьями – бьют мячом девочку по голове: *Макс, ты чо сделал? А чо я? Блин; Да ваще капец! Я разведу их как двух лохов* (Клуб Tube); устраивают челленджи: **КТО ПОСЛЕДНИЙ НАСТУПИТ на ПОЛ ЭТО ЛАВА** Получит 1000 \$ Челлендж: *Так воняет; Дима самый вонючий; Словил тайминг* (Клуб Tube) и др. Совершенно очевидно, что это постановочные истории, однако также очевидно, что они строятся в основном на намеренно злых шутках, агрессивных действиях и провокациях. Исследователи уже стали классифицировать пранк как девиантное поведение: «Пранк может являться новой формой девиантного поведения, т.к. по своему содержанию наносит урон нормативно одобряемому поведению, характерному для большинства людей и являющемуся социальной нормой»<sup>1</sup>.

Обращает на себя внимание тема отношений родителей и детей, которые устраивают пранки, дети прячут от родителей вкусную еду, чтобы съесть в одиночку (*Чей кошелек?* Клуб Tube), папа продает детям мороженое: *Папа мы хотели мороженого. Сказали бы. Я бы вам продал; Вот такая вот вкуснятина для себя любимого, а вы кушайте то, что сами сделали* (говорит папа детям) (Макс и Катя играют в Вагончике мороженого. Mister Max (23,7 млн подписчиков)) и др. При этом родители активно используют жаргонную лексику, слова со сниженной окраской, просторечные формы: *Очень прикольная красивая игрушка; Прикольно! Капец!* (Papa Play, 648 тыс. подписчиков); *Я опаздываю на работу, поэтому им*

---

<sup>1</sup> Поливанов А. В. Пранк как новая форма девиантного поведения / А. В. Поливанов // Алтайский юридический вестник. 2021. № 3(35). С. 98–103.

*наложи то же самое* (говорит папа о завтраке для детей). *Хорошо, папа, я наложу* (отвечает дочь) (ВРЕДНАЯ vs ПОЛЕЗНАЯ ЕДА. 24 ЧАСА./HARMFUL vs HEALTHY FOOD. 24 HOURS. МАСИКИ MASIKI (1,06 млн подписчиков)) и др.

Встречается во влогах «туалетная» тематика: в видеоролике КАК Открыть Эту ДВЕРЬ #1 Ищем КЛЮЧИ от 12 ЗАМКОВ в КВАРТИРЕ ЧУДИКА! ИГРУЛИ с ПАПУЛЕЙ): *Что-то у меня с животиком; Кажется, мне надо в туалет; Чудика нельзя позволить сделать нехорошие дела в штаны.*

Герои даже не пытаются соблюдать нормы языка или избегать использования жаргона и грубой лексики. Скорее, наоборот, они подчеркнуто демонстративно включают ее в речь как средство выражения эмоций: например, во влоге Amelka Karamelka видео «Четыре Сезона! Девушка Зима, Девушка Весна, Девушка Лето, Девушка Осень!» девочки постоянно повторяют *Вау; Йес; Oreo Veronika* (460 тыс. подписчиков) «Черлидерши на соревнованиях»: *Блин, где эта Вероника?; Вот, блин, Вероника!; Follow Me* (4,49 млн подписчиков) РАЗДАВИЛИ ТЕЛЕФОН!!!: *Соня, давай во что-то погуляем* (несколько раз). Даже в передаче «Новое Утро ТВК» «Учим танец из сериала “Уэнсдей”», которая маркируется 16+, хотя в видео танцуют девочки 10–12 лет, ведущие – девушка и парень старше 20 лет – комментируют танец: *Круто! Популярный тренд социальных сетей. Блин, легко! Теперь мы будем популярные и крутые. Супер, всё! Уже надо, блин.*

Можно выделить 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, крутой, прикольный, прикольно, прикалываться, подстава, отрываться* (‘безудержно веселиться’), *игнорить, стремный, ботан, креси, супер, мы сделаем этих парней* и др.

– эвфемизмы нецензурных слов и выражений: *капец, блин.*

– канцеляризм: *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.

Следует отметить, что герои роликов носят одежду с принтами иностранных мультипликационных героев (Губка Боб, супер-герои, Симпсоны и др.) и иностранными надписями, хотя все влоги русскоязычные.

Познавательный контент на Youtube Kids представлен влогами, которые имеют значительно меньшее количество подписчиков, например, «Просто о сложном. Начальная школа» (615 тыс. подписчиков), GetAClass Физика в опытах и экспериментах (486 тыс. подписчиков), «Малышковая школа» (256 тыс. подписчиков) и т.д. В то же время именно на этих каналах стиль изложения более сдержанный и язык героев литературный.

Таким образом, видеоблоги на канале Youtube Kids, пользующиеся наибольшей популярностью, тиражируют те негативные речевые тенденции, которые выявляются в современной коммуникации. Среди них прежде всего обращает на себя внимание использование жаргона, просторечной, ненормативной лексики, сленга. Как следствие, низкий культурно-речевой уровень героев из-за его постоянной демонстрации на популярных интернет-ресурсах становится нормой.

### **3.3. Специфика языка кинопродукции для подростков**

Ограниченное количество программ для подростков на телевизионных и YouTube-каналах обуславливает их обращение к взрослому контенту как на телевидении, так и в интернете. Одним из наиболее популярных видов медиапродукции являются фильмы и сериалы, при этом на телевизионных каналах такая продукция для подростков представлена очень фрагментарно и преимущественно мультипликацией или взрослым контентом. По статистике

компании Mediascope, опубликованной 13.04.2023, с 2019 по 2022 годы жанровая структура телепросмотров детей и подростков представлена следующим образом: у категории от 4 до 17 лет сериалы занимают 17% от всего времени просмотра телевидения среди населения, кино – 13%, развлекательные передачи – 11%, детские фильмы и анимация – 43%, по 4% приходится на социально-политические передачи и новости, 3% – на документальные фильмы и по 1% на музыкальные, спортивные и другие передачи<sup>1</sup>. По данным того же агентства за 2021–2022 годы, «Топ каналов в возрастных группах» представлен так: в категории от 4 до 11 лет это «Карусель», Disney, «Мульт», СТС, ТНТ; от 12 до 17 лет – СТС, ТНТ, «Россия1», «Карусель», «Первый канал»<sup>2</sup>. Исходя из представленных данных, можно прийти к выводу, что каналы, программа которых состоит из мультипликационных фильмов и небольшого количества передач, ориентируются на категорию от 3-4 лет до 12, а сериалы и фильмы смотрят подростки, которые выбирают преимущественно взрослые каналы.

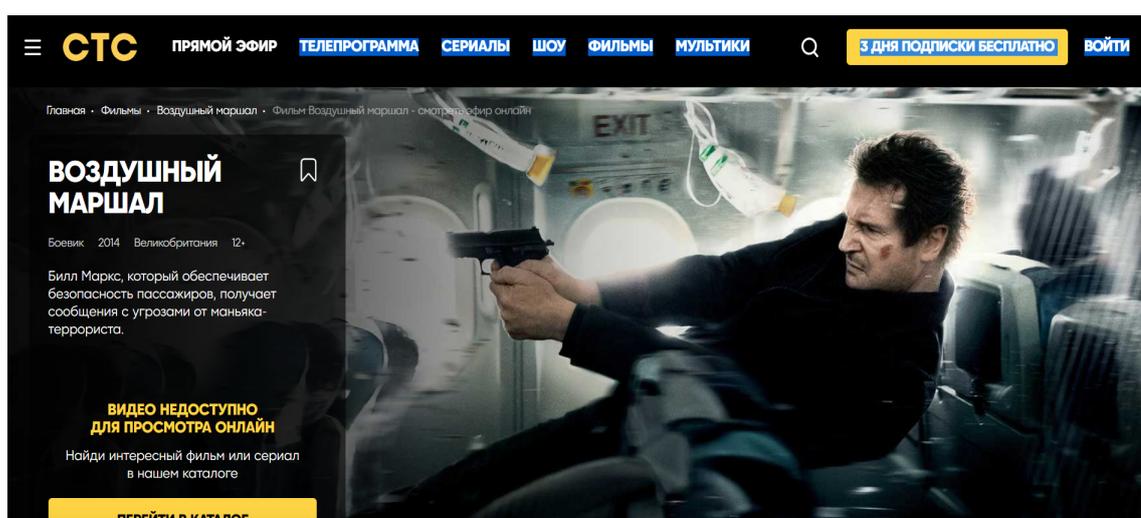
Анализ программы канала СТС (с 24 по 30 апреля 2023) показывает, что в 06.00 ежедневно демонстрируется киножурнал «Ералаш», с 07.00 – детская мультипликация, например, «Три кота», «Царевны», «Лунтик» и под., с 08.00 можно посмотреть шоу «Уральские пельмени» или сериал «Против всех», которые маркируются 16+, далее предлагаются анимационные сериалы «Ледниковый период», «Астерикс», сериал «Ивановы-Ивановы» (16+), фильмы «Пассажир» (США, боевик, 16+), «Воздушный маршал» (Великобритания, боевик, 12+), вечером показывают «Шпион по соседству» (США, боевик, 12+), «Телепорт» (США, жанр не указан, 16+), «Первый мститель. Противостояние» (США, жанр не указан, 16+), «Охотник на монстров» (Германия, жанр не указан, 16+), «Живая сталь» (США, жанр не указан, 16+); в течение дня показывают передачи «Большой

---

<sup>1</sup> *Бороздина Н.* Медиапотребление.pdf 13.04.2023. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/ee9/b91rtnqh1jf0zhalydi9jf125voo5o8e/медиапотребление.pdf> (дата обращения 02.05.2024)

<sup>2</sup> *Ачкасова К.* Медиаизмерения и тренды медиапотребления. URL: <https://docs.yandex.ru/docs> (дата обращения 29.04.2024).

побег» (Россия, реалити, 16+), «Фактор страха» (Россия, шоу, 16+), «Просто кухня» (Россия, 12+); в воскресенье в 21.10 демонстрируют художественный фильм, маркированный 6+ «Соник в кино», в среду, в 21.45, стоит фильм «Новые мутанты» (США, жанр не указан, 16+), аннотация к которому сообщает, что «пять подростков-мутантов учатся управлять своей силой в секретной клинике»<sup>1</sup>. Таким образом, большая часть контента представлена анимацией, передачами для взрослых и американскими фильмами, преимущественно боевиками. При этом 12+ маркируется фильм «Воздушный маршал», анонс которого сопровождается изображением главного героя, целящегося из пистолета (рис. 1), а детский фильм «Соник в кино» с маркировкой 6+ сопровождается картинкой с героями, имеющими выражение агрессии на лице (рис. 2). На следующей неделе в программе в 09.00 представлен фильм «All inclusive, или Всё включено» (Россия, комедия, 16+), который сопровождается аннотацией следующего содержания: «Ветеринар уезжает в Турцию, спасаясь от ревнивого мужа любовницы, не подозревая, что за ним по пятам следует киллер». В целом для контента СТС характерна демонстрация программ, предназначенных для взрослой аудитории, хотя маркируются они 12+ или 16+.



<sup>1</sup> Программа передач телеканала СТС – расписание на сегодня, завтра, неделю. URL: <https://ctc.ru/programm/> (дата обращения 29.04.2023).

Рис. 1. Скриншот с канала СТС анонса к фильму «Воздушный маршал» (12+).

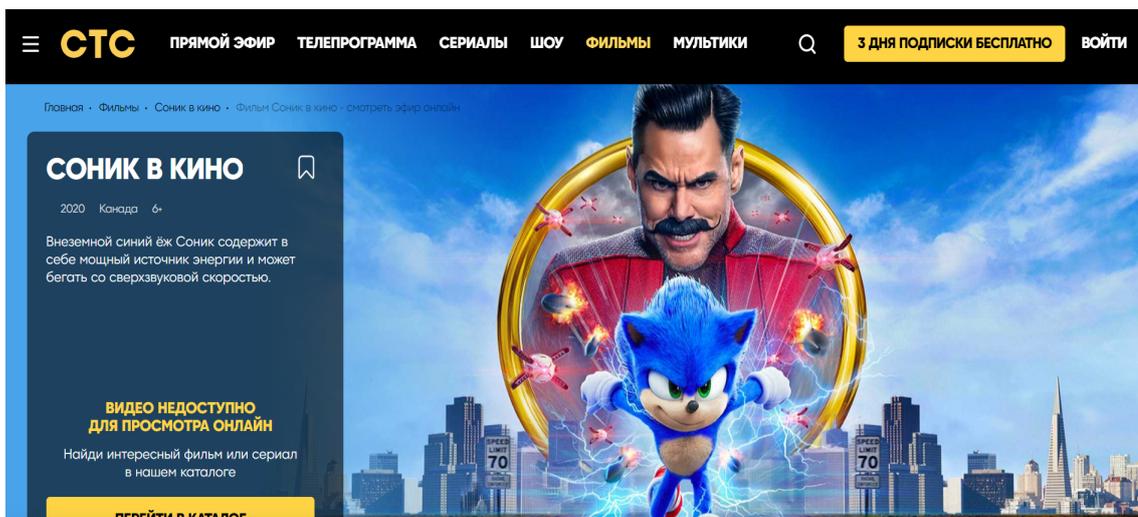


Рис. 2. Скриншот с канала СТС анонса к фильму «Соник в кино» (6+).

Популярный у детей и подростков канал ТНТ (у аудитории зрителей 4-11 лет он находится на 5 месте, а у зрителей 12-17 лет – на втором) предлагает передачи и сериалы, маркируемые 16+, при этом сомнительного с точки зрения адресата содержания. Например, 15.05.2023 показана 275 серия сериала «СашаТаня», анонсируемая так: «В новом сезоне сериала Саше и Тане предстоит не только решать кучу бытовых и рабочих проблем, но и готовиться к пополнению. Причём положение Тани отразится буквально на всех: её беременность заставит работать Комарова, идти на уступки чиновника и спровоцирует скандал в шоу-бизнесе. Тем временем Саша найдёт на раскопках старинную вазу, съест отравленный торт, наймет проститутку чтобы понравиться Тане, отправится в погоню с Геной и потеряет монету ценой пять тысяч евро. А ещё услышит признание в любви на большом экране кинотеатра от Миши»<sup>1</sup>. Сериал «Бородач» (16+) анонсируется, например, следующим образом: «Бородач со своими друзьями едут на музыкальный рок-фестиваль, чтобы уберечь Иришку от развратных и пьяных байкеров, ради которых она туда и поехала»<sup>2</sup>. Для 5 серии 1 сезона сериала «Ольга»

<sup>1</sup> Сериал САШАТАНЯ смотреть онлайн в хорошем качестве. URL: <https://sashatanya.tnt-online.ru/> (дата обращения 15.05.2023).

<sup>2</sup> Телепрограмма ТНТ на 11 мая 2023. URL: <https://tvprogram.tnt-online.ru/2023-05-11.htm> (дата обращения 15.05.2023).

(16+) дается такая аннотация: «Ольгу совсем задрал, постоянно бухающий Юрген. Она решает закодировать отца по купону. Мать Андрея, в тайне от сына, хочет откупиться от Ани и ее будущего ребенка. Тиме не дают покоя его азербайджанские корни, и он решает пойти на рынок к своему дяде Тото и, как настоящий мужик, зарезать барашка»<sup>1</sup>. Таким образом, даже лексика анонсов сразу демонстрирует недетский контент (*нанять проститутку, развратные, пьяные байкеры, задрал, постоянно бухающий, откупиться от ребенка, зарезать* и др.). Программы ТНТ: «Однажды в России», «Камеди клуб», «Галустян плюс» и др. – также создаются не для детской аудитории.

Таким образом, очевидно, что, за исключением анимации, оба канала предлагают продукцию преимущественно для взрослых.

Большинство фильмов и сериалов, которые позиционируются как кинопродукция для подростков и о подростках, как правило, размещены на платформах киносервисов. Первое знакомство с кинопродукцией обычно осуществляется через трейлер или аннотацию. В первом зритель видит кадры из фильма, сопровождающиеся короткими комментариями, то есть, главным образом, задействован аудио-визуальный канал восприятия, хотя часто в трейлере звучит музыка, отвлекающая от речи героев и закадрового голоса или заглушающая их. Между тем в аннотации зритель воспринимает информацию о фильме через прочтение, реагируя на вербальный код текста. Мы проанализировали 53 аннотации к сериалам, размещенные на интернет-ресурсах<sup>2</sup>, в которых используются слова *подростки, пионер, учащийся* и подобные или анонсируемые

---

<sup>1</sup> Телепрограмма ТНТ на 2 мая 2023. URL: <https://tvprogram.tnt-online.ru/2023-05-02.htm> (дата обращения 15.05.2023).

<sup>2</sup> 24 русских сериала про подростков, которые стоит посмотреть. — URL: <https://podborkino.com/russkie-serialy-pro-podrostkov/>; 10 лучших сериалов про подростков и школы. URL: <https://blog.okko.tv/selections/prosto-trudnyj-vozrast-10-rossijskikh-serialov-pro-podrostkov/>; Русские сериалы про подростков: список лучших, смотреть онлайн // Кино Mail.ru. URL: [https://kino.mail.ru/series/selection/3730\\_rossiiskie\\_seriali\\_pro\\_podrostkov/](https://kino.mail.ru/series/selection/3730_rossiiskie_seriali_pro_podrostkov/); 100 лучших русских сериалов про подростков. URL: <https://likefilmdb.ru/list/russkie-serialy-pro-podrostkov/> (дата обращения 20.01.2023); Кинопоиск. URL: <https://hd.kinopoisk.ru/> (дата обращения 12.12.2022).

как произведения о подростках или для подростков. На наш взгляд, данный материал можно разделить на несколько групп по вербализации содержания, являющейся по сути средством воздействия на зрителей для привлечения к просмотру за счет ключевых слов, которые должны заинтересовать их, поэтому в данном случае аннотацию к фильму можно рассматривать как разновидность текста с функциями нативной рекламы. Нами выделено несколько тематических групп слов и выражений, которые отражают содержание сериалов, заявленных как истории для подростков и о подростках.

*Первая группа* включает в себя языковые средства разных частей речи, которые имеют явно выраженную криминальную семантику: *похищать, преследовать, избличать; не остаться безнаказанным, доводить до суицида, спустить дело на тормозах, выйти на свободу; банда, подозрение, пропаша, тюрьма, девочка-хакер, хулиган, полиция, сыщики, расследование, вор, злоумышленник, маньяк, жертва, беззаконие, вседозволенность, коррупция; лихие девяностые, криминальные разборки, финансовая пирамида, пьяный дебош, взлом аккаунтов, зловещий убийца, расчётливый злодей, криминальный авторитет; трагическое происшествие, краденный груз, криминальная драма, свидетельница убийства, криминальные страсти*. В одном контексте с языковыми единицами первой группы употребляются слова и выражения *второй группы* со значением материальных благ: *богатый, крупная сумма, красивая жизнь, огромная сумма, дорогие машины, навороченная техника, люксовая одежда, поездки на самые модные курорты, многомиллионные состояния*. Можно говорить о том, что часто причиной совершения преступления в данных сериалах является стремление к получению материальных благ криминальным способом, например, аннотация к сериалу «Жиза» (2022, Россия, драма, приключения, 18+) говорит, что «...парочка намерена покинуть свой родной маленький городок. Чтобы обеспечить себе существование, они похищают крупную сумму денег у местной банды подростков», при этом «парочка» это 15-летние подростки; в аннотации к сериалу «Детки» (2019, Россия, драма, детектив, 18+) говорится: «У Киры все ровно: школа

бесит, но это пройдет, а пока можно жить в сети и там же подрабатывать взломом чужих аккаунтов». Заметим, что сериалы про подростков имеют маркировку 18+: с одной стороны, вроде бы соблюдается законодательство, поскольку в таких фильмах, как правило, есть сцены насилия, секса, используется нецензурная лексика и криминальный жаргон (например, см. «Трудные подростки»), но, с другой стороны, если герои фильмов – несовершеннолетние, то логично предположить, что основной адресат таких произведений тоже несовершеннолетние, а маркировка является для зрителей-подростков дополнительным фактором в пользу просмотра, поскольку, как известно, запретное в этом возрасте является провоцирующим фактором. Привлекательность криминального контента для подростков подтверждают исследования специалистов. Так, красноярские ученые провели опрос среди учащихся 14–16 лет и установили, что многим респондентам «кажется интересным и притягательным нарушение закона или жестокое обращение с другими людьми, как это происходит в сериале»<sup>1</sup>. Исходя из этого можно говорить о том, что роль сериалов в воспитании подростков нельзя назвать позитивной, скорее, они оказывают разрушающее воздействие на психику и мироощущение подростка, демонстрируют модели поведения, которые не являются предметом воспитательного процесса. В то же время если просмотр проходит вместе с родителями, которые помогут расставить акценты на том, кто в фильме герои и антигерои, то такие сериалы, возможно, не нанесут вреда психике подростка и не повлияют на его законопослушность. Более того, существует направление кинопедагогики, которая занимается профилактикой девиантного поведения детей и работой с неблагополучными подростками посредством кинолектория: «Организация обсуждения просмотренного фильма

---

<sup>1</sup> *Интерес* подростков к просмотру телевизионных сериалов как психолого-педагогическая проблема / М. А. Аникина, Л. М. Туранова, Г. В. Дядькин, А. М. Сяглова // Глобальный научный потенциал. 2019. № 12(105). С. 62–66.

может служить и основанием для использования проективных методик диагностики личностных проблем ребенка, их профилактики и коррекции»<sup>1</sup>.

Следующий тематический блок (*третья группа*) языковых единиц тесно связан с вопросами коммуникации подростка с окружающими людьми (одноклассниками, родителями, соседями и др.), а также с ситуациями, в которых ребята по-разному проявляют себя по отношению к действительности. В этой группе лексику с точки зрения коннотативной окраски можно разделить на нейтральную (*общаться, первая близость, тайное сообщество, сделать непростой выбор*), на имеющую позитивную оценку (*дружба, братство, обрести друзей, первая любовь, бороться за любовь, завоевать сердце, влюбляться, поиск признания, вникнуть в ситуацию, сплотить команду, докопаться до истины, прийти на помощь, наслаждаться жизнью*) и негативную, которая актуализирует семантику вражды, конфликта (*нарекание, зависть, предательство, неприязнь, соперничество, борьба; провоцировать; скандалы с родителями, проблемные ситуации, неловкое сближение, скандальная выходка, конфликт поколений, конфликт «зумеров» и «бумеров»; эксцентричное поведение, экстремальное детство, вызывающее поведение, жуткие / трагические / запутанные / страшные события, тотальная вседозволенность, многовековая вражда; отбиться от рук, нарушать родительские запреты, втереться в доверие*). В количественном отношении очевидно преобладание слов в последней группе, что свидетельствует об акценте на негативных ситуациях, в которые попадают герои сериалов. В прямой связи с данными негативно окрашенными языковыми единицами находится *четвертая группа*, которая включает в себя слова и выражения, маркирующие трудную жизнь подростка: *одинокий, эмо, бунтарка, обиды, взросление, жертва; сложный характер, трудный возраст, нехватка внимания,*

---

<sup>1</sup> Мосинцев Д. Д. Кино как инновационный инструмент профилактики и коррекции девиантного поведения у подростков / Д. Д. Мосинцев, М. В. Староверова, И. М. Блинцова // Молодёжь Сибири – науке России: Материалы международной научно-практической конференции, Красноярск, 27 апреля 2022 года / сост. Л.М. Ашихмина. Том II. Красноярск: Сибирский институт бизнеса, управления и психологии, 2022. С. 60–63.

*неблагополучная семья, горькая судьба, трудный подросток, трудный ребенок, центр для трудных подростков, знакомство со своим телом, страхи одиночества, бушующие гормоны, переоценка ценностей; страдать; отбиться от рук, замкнуться в себе, познавать свое тело, остаться без родителей.*

В **пятую группу** мы включили слова и выражения, связанные со школой, поскольку коммуникативные связи ребенка осуществляются в том числе, и по большей мере, в школе: *ученики, учителя, школа, педагоги, физика, химия, пансион, выпускной, класс, экзамены, класс, тинейджеры, одноклассники, физрук; учиться; домашнее обучение, прилежная ученица, престижный столичный лицей, элитная школа-пансион, провинциальная школа, педагогический коллектив.* Большая часть лексики, на первый взгляд, нейтральна, однако можно обратить внимание на то, что контекстуально противопоставляется столица, маленькому провинциальному городу, элитная / престижная, столичная школа / пансион / лицей провинциальным учебным заведениям.

**Шестая группа** (немногочисленная) связана с интернет-коммуникацией, которая для современного ребенка является естественной частью жизни: *гонзо-блог, ТикТок, хакер, мессенджер, социальная сеть / соцсеть, виртуальный мир, компьютерная игра, веб.* Отметим, что сериалов тематики «подросток и интернет» выявлено немного, несмотря на неоспоримую ее актуальность, поскольку с коммуникацией в виртуальном мире связана масса проблем. Как отмечают исследователи, важно изучать влияние медиасреды на подрастающее поколение и вырабатывать механизмы ее оценки в аспекте воздействия на психику и мировоззрение подростков<sup>1</sup>.

С темой коммуникации подростков связана **седьмая группа** – слова (и их производные) и выражения, которые объединяет значение физического или психологического насилия человека или группы лиц над человеком или группой

---

<sup>1</sup> *Коханая О. Е.* Цифровые медиа как мощный фактор воздействия на поведение детей и подростков / *О. Е. Коханая, Ю. А. Головин* // Челябинский гуманитарий. 2021. № 4(57). С. 28–37. DOI 10.47475/1999-5407-2021-10404.

лиц с целью подавления воли жертвы; травля; преследование: *буллинг, кибербуллинг; травля, травить; преследование; безнаказанность детей.*

**Восьмая группа** состоит из языковых фактов, которые описывают проблемы со здоровьем подростка: *серьёзный диагноз, смертельно больные дети, многопрофильная больница, тяжёлая болезнь, болезненные процедуры, потерять зрение (=полная темнота), слепая, рак, анорексия, заболевание сердца, перелом, кома.*

Проблемы (репрезентированные лексикой, представленной выше), с которыми сталкиваются подростки в историях, рассказанных в сериалах, логично приводят к теме смерти, что и показывает **девятая группа**, состоящая из слов и выражений с соответствующей семантикой: *погибший, скорбящий, суицид, самоубийство, гибель, смертник, диагноз; выбросилась из окна, ставить под угрозу (жизнь), смертельная опасность, пропитанная радиацией территория (Чернобыль), кровавая игра.* При этом чаще всего это лексика из аннотаций к фильмам, содержание которых отражает криминальную тематику или связано с мистикой.

Тема мистического, ужасного, тайного также актуализируется в сериалах для подростков и о подростках. В **десятую группу** мы включили языковые единицы с соответствующими значениями: *вампиры, получеловек-полувампир, сплит, чертовщина, вампирский, жуть, мрачный, жуткий, ужасы, таинственный, страшилки мистическая история, мистическим образом, силы света и тьмы, страшные картины, скелет в шкафу, потусторонний мир.* Жанры сериалов представлены как триллер («Ангел или демон»), мистический триллер («Закрытая школа»), фантастический триллер («Чернобыль. Зона отчуждения», «Пищевлок» и др.).

В **одиннадцатую группу** входят слова и словосочетания, семантика которых подчеркивает материальное благополучие: *всемогущество, мажор, крупный бизнесмен, элитное учебное заведение, золотая молодежь, обеспеченное будущее,*

*богатые родители.* Эта лексика представлена преимущественно в аннотациях к сериалам, рассказывающим об элитной молодежи («Барвиха», «Золотые» и др.).

**Двенадцатая группа** представляет собой спортивную лексику: *игрок НХЛ, тренер, спортивный, хоккейного клуба, спортсмены, командный дух, чемпионат* – в редких сериалах о спортсменах («Молодежка»).

**Тринадцатая группа** включает в себя лексику, связанную с военной тематикой, также редко представленной в сериалах для подростков («Кадеты»): *курсанты, кадеты, солдаты, кадетство, офицеры-наставники, суворовское училище, воинские премудрости, боевое братство, военные сборы.*

Видимо, ориентацией на подростков обусловлено в аннотациях к сериалам использование жаргонной лексики, например: *подписаться на (рискованную миссию – перегнать машину с краденым грузом, «Закон каменных джунглей»), вписаться в тусовку («Бонус»), прикольный («Физика и химия»), перезагрузить (карьеру, «Трудные подростки»), криминальные разборки («Мир! Дружба! Жвачка!»), навороченная (техника «Барвиха»), люксовая (одежда «Барвиха»), обнулились (былые заслуги «Трудные подростки») и др.* Заметим, что жаргонная и обценная лексика (последняя «запикивается», что не скрывает слово, а скорее заставляет проговаривать его мысленно) используется во многих сериалах, например, «Трудные подростки», «Мир! Дружба! Жвачка!», «Закон каменных джунглей» и др. С одной стороны, она отражает реальную речь многих подростков и взрослых людей, с другой – создает у детей ощущение нормы общения в таком стиле, хотя традиционно использование данной лексики по крайней мере в публичном пространстве (а показ сериала предполагает выход в такое пространство) принято считать антинормой, что также закреплено в Федеральном законе «О государственном языке Российской Федерации»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *О внесении изменений в Федеральный закон № 101-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»:* Федеральный закон от 5 мая 2014 г. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_162558/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162558/) (дата обращения 01.05.2024).

Таким образом, кинопродукция, в частности сериальная, о подростках на каналах СТС и ТНТ формально адресована прежде всего совершеннолетним зрителям, поскольку маркируется 18+, она содержит взрослый контент: насилие, секс, употребление наркотиков, спиртного репрезентируются в том числе и через язык героев и метаязык описания данных кинопродуктов (демонстрация такого контента характерна и для других каналов). Только небольшое количество сериалов рассказывает истории о нормальных отношениях подростков: дружбе, любви, достижениях, проблемах выбора нравственного поведения и под.

### **Выводы по третьей главе**

Анализ контента детских программ на телевидении и в интернете выявил ряд тенденций в использовании языка. Изучение речи персонажей мультипликационных произведений, познавательных и развлекательных каналов, сериалов, популярных у детей и подростков позволяет описать содержательные и языковые характеристики детского медиадискурса.

1. Тиражирование нарушений культурно-речевых норм. С одной стороны, для всех видов медиапродукта, предназначенного для детей и подростков, характерно языковое творчество. Особенно очевидно установка на языковую игру проявляется в мультипликационных фильмах, фразы из которых становятся афоризмами. При этом словотворчество может основываться и на нарушении норм: по сути, окказионализмы, бленды, спунеризмы и другие средства выразительности предполагают обыгрывание отклоняющихся от традиционных способов употребления слова. В то же время 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, в результате чего происходит их

тиражирование и, следовательно, формирование у ребенка неправильной нормы словоупотребления.

Особенно активно этот процесс представлен в контенте интернет-ресурсов, в частности влогов канала Youtube Kids, которые создаются непрофессионалами и, соответственно, не могут быть проверены на соблюдение культурно-речевых норм. 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 участники проектов не владеют нормами русского литературного языка. Эмоционально-экспрессивная окраска текстов видеороликов создается за счет сленга, эвфемизмов нецензурной лексики, просторечных слов и выражений. С этой точки зрения речь героев передач телеканалов, в частности «Карусели», грамотна: ведущие, как правило, имеют хорошо поставленный голос, соблюдают языковые нормы, как и речь детей – участников программ.

Речь героев сериалов обычно стилизована в соответствии с теми характеристиками, которыми обладают герои. При этом дискурс рекламы сериальной продукции создается при помощи лексики определенных тематических групп: языковых единиц, значения которых связаны с криминальной сферой (преобладающее количество); разными видами коммуникации, в том числе интернет-взаимодействием; сферой образования; с насилием, с проблемами здоровья и смерти (в частности суицида); мистикой, тайнами; материальными вопросами и бизнесом; спортом; военной сферой. Отметим, что лексика анонсов представлена прежде всего словами и выражениями с негативной семантикой, что отражает и содержание самих фильмов. Значительно реже представлен кинопродукт, в котором рассказывается о здоровых отношениях детей, подростков и взрослых.

2. Лексика вражды, криминала, смерти, суицида, использование просторечия, жаргона и под. создают агрессивный фон контента, адресованного детям и подросткам. Даже в мультипликационных фильмах для малышей разными средствами создается атмосфера, которая разрушительно влияет на психику ребенка. К таким средствам относится громкая интенсивная, при этом абсолютно не мелодичная музыка, которая часто заглушает речь героев, создает напряжение, хотя это не соответствует картинке в фильме; быстрая речь самих героев, построение фраз и диалогов, которые невозможно затем повторить детям в игре. В видеороликах на Youtube Kids сама идея розыгрыша (пранка) как вида коммуникации предполагает создание конфликта, при этом восприятие шутки как доброй или унижительной субъективно. Современная комедийная культура трансформировала все шутки в разряд допустимых, ярким примером этому служат передачи, в которых оскорбление и унижение оппонента являются нормой, типа «Прожарка», «ЧБД», «Плюшки» и под., которые маркированы 18+, однако подростки их знают и смотрят. Эта тенденция представлена и в видеороликах, в которых дети, по сути, повторяют то, что показывают во взрослых передачах. Тоже касается и сериалов о подростках, в которых демонстрируются сцены насилия, употребления наркотиков и шутки с «тематикой низа».

В отличие от интернет-контента телевизионные программы, в частности канала «Карусель», демонстрируют передачи преимущественно позитивного содержания, за исключением мультфильмов для малышей, которые своей стилистикой интенсификации действия влияют на психику ребенка. Вместе с тем в телевизионной версии этого канала крайне невысокий процент программ развивающего и познавательного характера, с позитивным отношением героев к миру, что отражено и в использовании языковых средств, тогда как в электронной — достаточно много интересных передач развивающего и познавательного характера.

3. Маркировка видеоконтента призвана ограничить просмотр взрослых передач и кинопродукции детьми и подростками, однако в настоящее время

реально защитить ребенка от таких программ может только родительский контроль, причем не как техническая функция (это скорее дополнительный инструмент), а настоящее внимательное отношение к своему ребенку (просмотр и обсуждение с детьми всего, что они смотрят). Языковыми маркерами нежелательной для просмотра детей медиапродукции является криминальная лексика, жаргон, слова и выражения с семантикой смерти и под., которые используются для анонсирования передачи или сериала.

Одной из важных, на наш взгляд, проблем является содержание фильмов о подростках с маркировкой 18+. Возникает противоречие: с одной стороны, герои сериалов дети, следовательно, было бы логичным показывать истории с учетом возрастных ограничений; с другой – большая часть историй о подростках содержит сцены насилия, откровенного секса, употребления спиртного, наркотиков, открытой неприязни (часто и ненависти) к родителям, братьям или сестрам и другим окружающим. При этом модели девиантного поведения в сериалах демонстрируют и сами взрослые: бывший спортсмен Ковалев в сериале «Трудные подростки» ведет себя так же, как и его подопечные с трудной судьбой, которым он должен помочь; окружение детей в сериале «Мир! Дружба! Жвачка!» сплошь криминальное и др. Деструктивные поступки взрослых сопровождается соответствующим речевым поведением: использованием нецензурной и другой грубой лексики. Между тем эти сериалы смотрит и взрослая аудитория, и несовершеннолетние. То же касается и фильмов, например, на канале СТС, который боевики и криминальные драмы адресует детям с 16 лет, а иногда и с 12.

4. В результате регулярного просмотра медиаконтента для детей и подростков, в частности влогов и сериалов, происходит разрушение традиционных социальных ценностей, которые являются фундаментом общества и государства. Одна из них – семья, которая часто представлена в видеороликах, снимаемых детьми и взрослыми, и в сериалах. Истории, основанные на конфликте, привлекают внимание в первую очередь, в связи с этим родители и дети снимают ролики, в которых пугают, провоцируют друг друга и таким образом набирают миллионы

подписчиков; дочь прячет от мамы «вкусняшки» и съедает их сама; старшая сестра пугает младшую и др. Конфликт между друзьями также является предметом видео, причем часто автор не предполагает, что герои сделают какие-то морально-нравственные выводы, а съемка ведется ради показа самой ссоры. Речь героев таких роликов соответствующая: жаргонизмы, грубые слова, эвфемизмы и др. Другая популярная тема видеороликов – деньги как самооценność, как источник покупательской способности: дети ищут подругу за миллион долларов, постоянно что-то покупают, распаковывают, находят деньги и быстро их тратят на себя, получают деньги за хорошие оценки и под. Никаких нравственных установок и обсуждений, хорошо поступил герой или нет, как правило, не предусматривается, что формирует негативное отношение к созидательному труду, приоритету духовного над материальным, т.е. к традиционным российским ценностям.

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 как популярные виды произведений реализуют развлекательную функцию за счет обращения к темам криминала, межличностного и социального конфликта, денег, потребления, смерти и др. Данные темы получают 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.

## ГЛАВА 4. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИАРЕСУРСОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

### 4.1. Концептуальные основания создания контента для детей

Актуальность проблем и разработки концептуальных оснований развития медиапотребления детьми и подростками в России обосновывается в первую очередь принятой «Стратегией развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года». Данный документ определяет в качестве одного из основных направлений развития воспитания «расширение воспитательных возможностей информационных ресурсов»<sup>1</sup> как инструментов воздействия на детскую аудиторию, в результате чего предполагается достигнуть определенных результатов, среди которых указывается «утверждение в детской среде позитивных моделей поведения как нормы, развитие эмпатии», «снижение уровня негативных социальных явлений», «повышение уровня информационной безопасности детей», «снижение уровня антиобщественных проявлений со стороны детей»<sup>2</sup>. Кроме того, в данной стратегии ставится глобальная цель – воспитание гражданина и патриота своей страны и нравственной личности, что достигается в том числе благодаря планомерной работе по организации информационного пространства, наполнения его тем контентом, который оказывает благотворное влияние на молодое поколение, благодаря вовлечению детей в информационное общество как активных участников создания медийного материала, а не только его потребителей. Анализ содержания ресурсов, предназначенных для детей, представленный в предыдущих главах, показал, что программы на телеканале «Карусель» и на интернет-ресурсе Youtube Kids имеют преимущественно функцию развлечения в ущерб познавательной и развивающей, транслируя ценность потребления, этому способствует и реклама,

---

<sup>1</sup> *Стратегия* развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.yandex.ru/docs> (дата обращения: 26.03.2024).

<sup>2</sup> Там же, с. 14–15.

в большом количестве представленная на теле- и Youtube каналах. Наиболее популярными видами информации, потребляемыми детьми и подростками, являются мультфильмы, влоги и сериальная продукция, которые также ориентированы на развлечение детей, а не на воспитание ответственного гражданина. Главные темы, к которым обращаются создатели в видеороликах и сериалах, это криминал, конфликты, смерть, деньги (причем не как заработок честным путем, своим трудом, а наоборот, как то, что должно легко доставаться, в том числе и мошенническими способами) и под., что представлено соответствующей лексикой и в речи героев. Язык героев такого рода произведений в целом репрезентирует негативные коннотации, тиражирует ошибки и др., создает в представлении юной аудитории мнение об антинорме как о норме речевого поведения (например, использование грубой, нецензурной лексики). Исключение составляют мультипликационные фильмы, ориентированные на детскую аудиторию до 14 лет, однако они тоже предназначены, главным образом, для развлечения детей и не предполагают развития у ребенка нравственного чувства, любви к родине.

Вместе с тем надо отметить, что развивающие и познавательные передачи для детей и на телевизионных каналах, и на Youtube Kids создаются, но на «Карусели», например, они размещаются на сайте и практически не представлены в телеверсии, а на Youtube Kids пользуются значительно меньшей популярностью, чем развлекательные блоги, которые собирают по несколько миллионов подписчиков.

Между тем, помимо семьи и школы, именно медийная информация, получаемая как из традиционных СМИ, в том числе из программ телевидения, так и на интернет-ресурсах, включая социальные сети, оказывает влияние на формирование представлений детей и подростков об окружающем мире и своем месте в нем, поскольку «цифровые коммуникационные технологии оказывают влияние, выполняя в первую очередь мировоззренческую функцию формирования

массового сознания и определенной системы ценностей»<sup>1</sup>. Таким образом, можно говорить о корреляции в реализации целей стратегии воспитания и стратегии развития информационного общества, важным аспектом формирования которого является создание «единого информационного пространства (информационной среды, медиасреды) – совокупности данных, информации, знаний, средств и условий, обеспечивающих удовлетворение потребностей людей в информационных продуктах и услугах, эффективную коммуникацию и свободный доступ к мировым информационным ресурсам»<sup>2</sup>. Особое значение приобретает вопрос необходимой грамотности детской аудитории в использовании медиаресурсов, так как мы живем в эпоху информационных технологий, когда доступ к информации стал невероятно легким, быстрым и трудно контролируемым (с точки зрения контроля родителями того, что смотрят дети в их отсутствие). При этом существует большое количество информации, которая может быть ложной, искаженной или дезинформирующей, и именно медиаграмотность способна помочь детям отличать фейковый, экстремистский, манипулятивный и другой вредный контент от полезной информации, а также понять, как работают СМИ и социальные сети. Исследователи различают понятия информационной и медиаграмотности, так А. Ю. Губанова пишет: «Важность доступа к информации, ее оценка, этичное использование особо подчеркивается информационной грамотностью, с точки зрения медийной грамотности основной акцент стоит делать на способности к пониманию функций медиа, оценке качества выполнения этих функций и вступлению в рациональное взаимодействие с медиа с целью самовыражения»<sup>3</sup>. Владение навыком дифференциации информационного потока

---

<sup>1</sup> Львова Е. Н. Гуманистический потенциал электронных платформ в дистанционных культурно-образовательных практиках / Е. Н. Львова // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2021. Т. 223. С. 145–155.

<sup>2</sup> Михненко П. А. Госпрограмма «Информационное общество»: проблемы формирования актуальной информационной среды / П. А. Михненко, П. Н. Заикина // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 1. С. 6–24.

<sup>3</sup> Губанова А. Ю. Медиаконтент для детей как элемент образовательного процесса / А. Ю. Губанова // Медиаобразование. Media Education. 2017. № 2. С. 155.

позволит юному потребителю информации принимать осознанные решения, основанные на фактах и анализе, а не на эмоциях и манипуляциях. Кроме того, медиаграмотность поможет детям защитить свою конфиденциальность и безопасность в интернете, уменьшить вероятность попадания в интернет-ловушки и мошеннические схемы, выбрать ресурс для коммуникации.

Исследователи, занимающиеся изучением интересов и потребностей детей, которые обращаются к СМИ и интернет-ресурсам, используют различные термины для репрезентации идеи образования юных зрителей как пользователей: медиаграмотность<sup>1</sup>, медиакомпетентность<sup>2</sup>, медиаобразованность<sup>3</sup> и др. При этом специалисты сходятся во мнении, что необходима планомерная работа государства и общества по обучению детей (и взрослых) навыкам разумного медиапотребления. Важную роль здесь играет медиаобразование, которое предполагает, по мнению Э. Д. Букингэма, не форму защиты от влияния медиа, а подготовку к восприятию медийной информации и самостоятельного выбора вида защиты от ненужного или вредного контента<sup>4</sup>.

Внедрение медиаобразования имеет длительную историю в западной

---

<sup>1</sup> *Симакова С. И.* Формирование медиаграмотности как способ формирования социокультурного пространства // Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 9–11 февраля 2013 г.). М., 2013. С. 204–205; *Симакова С. И.* Организация конкурсов журналистского мастерства как основа формирования медиаграмотности школьников / С. И. Симакова, А. В. Горайнова // Информационное поле современной России: практики и эффекты: сб. материалов IX Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 18–20 октября 2012 г.): в 2 т. Т. 2. Казань, 2012. С. 280–290.

<sup>2</sup> *Люликова А. В.* От информационной грамотности к медиакомпетентности: приоритетный вектор развития педагогического образования в России / А. В. Люликова // Гуманитарные науки (г.Ялта). 2020. № 4(52). С. 36–414; *Федоров А. В.* Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.

<sup>3</sup> *Змановская Н. В.* Формирование медиаобразованности будущих учителей : дис. ... канд. пед. наук. Иркутск, 2004. 152 с.; *Кодубец Н. В.* Медиаобразованность как значимое качество личности учащегося / Н. В. Кодубец // *Crede Experto*: транспорт, общество, образование, язык. 2015. № 1. С. 39–50; *Ковшарова Т. В.* Формирование медиаобразованности старшеклассников в эколого-информационном педагогическом пространстве урока: автореф. дисс. ... канд. пед. наук / Т. В. Ковшарова. Чита, 2006. 21 с.

<sup>4</sup> *Buckingham D.* Media Education: Literacy, Learning, and Contemporary Culture / D. Buckingham. Polity Press Cambridge, 2003.

культуре<sup>1</sup>. Как отмечает В. А. Федоров, западное образование выходит за рамки предметов в школьной и вузовской программе, оно предполагает более широкое поле деятельности по непрерывному образованию в сфере медиа, поскольку медиакомпетентность – это «не застывшая категория, теоретически увеличивать степень медиакомпетентности можно в течение всей человеческой жизни, воспринимая, интерпретируя и анализируя познавательную, эмоциональную, эстетическую и этическую медиаинформацию»<sup>2</sup>. Данное определение согласуется с представлениями современных российских ученых о медиаобразовании как системном процессе развития личности, в котором должны участвовать как школа, так и семья, поскольку это «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехник»<sup>3</sup>.

Способы медиаобразования могут варьироваться в течение жизни, однако и на протяжении детства они могут оптимально использоваться для развития медиакомпетентности детей разного возраста:

1. Обучение в школе. Учебные заведения предлагают либо дисциплины по медиаграмотности, которые помогают учащимся развивать навыки анализа и критического мышления при работе с информацией, либо вводят темы, связанные с использованием медиа, или используют инструменты создания медийного контента для преподавания школьных предметов (создание презентаций,

---

<sup>1</sup> *Buckingham D.* Watching Media Learning. Making Sense of Media Education. London, New York, Philadelphia: The Falmer Press, 1990. 234 p.; *Masterman L.* Teaching the Media / L. Masterman. London: Comedia Publishing Group, 1985. 341 p.; *McMahon B.* Relevance and Rigour in Media Education / B. McMahon // Keynote Presentation to the National Media Education Conference. Baltimore, 2003. 26 p.; *Morsy Z.* Media education / Z. Morsy. France, UNESCO, 1985. 406 p.

<sup>2</sup> *Федоров А. В.* Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. С. 8.

<sup>3</sup> *Пинчук О. В.* Дети и подростки в Интернете: медийные практики, педагогический аспект / О. В. Пинчук // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2013. Т. 12, № 10. С. 62.

видеороликов, журналистских материалов и др.)<sup>1</sup>.

2. Онлайн-курсы. Существует множество онлайн-курсов, которые предлагают программы по медиаобразованию. Однако прежде всего это иностранные курсы от разных университетов на английском языке, например, на платформе Coursera<sup>2</sup>. В российском информационном пространстве это преимущественно курсы для взрослых. Например, сайт «Место» предлагает курсы для педагогов (Семинар «Медиапортфолио педагога и специалиста в области образования», Интенсив «Блогосфера учителя: профессиональный аспект» и др.) и представителей других сфер (Вебинар «Персональные данные для организаторов мероприятий», Интенсив «Нейросети для образования: текст + картинка + презентация + видео + 3D-анимация с озвучкой» и др.). Создатели курсов обозначают в качестве главной задачи «через различные форматы рассказать, обучить, преподнести информацию из области медиаобразования. Мы приглашаем лучших спикеров, экспертов и практиков по темам: медийно-информационная грамотность, медийно-информационная безопасность, мультимедийные технологии и форматы, коммуникации, медиапедагогика, кибербезопасность, медиапсихология и медиаправо»<sup>3</sup>. Медиашкола SABAR.asia – «это образовательная платформа медиаорганизации IWPR Central Asia для тех, кто хочет развиваться в

---

<sup>1</sup> См.: *Журин А. А.* Интегрированное медиаобразование в средней школе. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. 405 с.; *Коханова Л. А.* Становление взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества / Л. А. Коханова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2018 № 1. С. 121–127. *Медиаобразование* в школе: сборник программ для преподавания дисциплин / под ред. Е. Л. Вартановой, О. В. Смирновой. М.: Медиа-Мир, 2010. 320 с.; *Жилавская И. В.* Школьные медиа. Оставим СМИ взрослым? / И.В. Жилавская // Медиаобразование в российских школах: новые концепции и подходы: сборник материалов межрегион. науч.-практ. конференции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. С. 35–38.

<sup>2</sup> “Media and Society” от Duke University. URL: <https://www.coursera.org/learn/media-society>; “Digital Media and Marketing Principles” University of Illinois at Urbana-Champaign. URL: <https://www.coursera.org/learn/digital-marketing>; “Media Ethics and Governance” University of Amsterdam. URL: <https://www.coursera.org/learn/media-ethics-governance>; “Media and Digital Literacy” University of Toronto. URL: <https://www.coursera.org/learn/media-digital-literacy> (дата обращения: 15.05.2024).

<sup>3</sup> *MediaSchool* – образовательные программы. URL: <https://mediasc.ru/programs> (дата обращения: 15.05.2024).

сфере медиа, коммуникаций и экспертной аналитики»<sup>1</sup>. Меньше медиаобразовательных курсов для детей и подростков. Мы нашли на открытых информационных ресурсах 9 платформ<sup>2</sup>, предлагающих уроки по разным направлениям медиаобразования: блогингу, созданию видеороликов, мастерству телеведущего и др. Однако преимущественно это онлайн-курсы, предлагающие обучение блогингу, при этом большая часть из них взимает плату. Кроме того, детям (а зачастую и взрослым) трудно отличить действительно профессиональные курсы от инфоцыганства, которое получило широкое распространение в интернете, при этом методы воздействия инфоцыган на аудиторию по ее привлечению на курсы оказываются чрезвычайно эффективными, судя по количеству просмотров таких курсов и количеству обсуждений. Так, в интервью К. Собчак с одним из инфобизнесменов отмечено: «Более 8 млн просмотров у программы про инфоцыган и более 10 млн – у интервью демонстрируют, что данная тема является злободневной, а последствия её источника расходятся как круги по воде: огромное количество медийных персон решили “хайпануть” на актуальном вопросе и включились в огромный мировой диалог (про интервью с Блиновской говорили и за границей, а также даже те, кто не знает ни её, ни её продукт)»<sup>3</sup>. Между тем инфоцыганство, предлагая легкий успех, обесценивает саму идею системного образования: «Деятельность института образования направлена не только на получение знаний, но и на социализацию общества, его культурное просвещение и развитие навыков самообучения. Связь с государственным аппаратом позволяет системе образования устанавливать нормативные критерии обучения, проверять не

<sup>1</sup> *Cabar School*. URL: <https://school.cabar.asia/ru/o-proekte/> (дата обращения: 15.05.2024).

<sup>2</sup> *Школа* телерадиоведущих. URL: <https://school.radiokids.fm/courses/online/>; 5 хороших курсов видеоблогинга для детей; 5 хороших курсов видеоблогинга для детей. URL: <https://www.afisha.ru/article/5-horoshih-kursov-videobloginga-dlya-detey/>; Всероссийская онлайн - медиашкола. URL: <https://onlinemediaschool.ru/>; *Школа* блогеров Звёзды для детей онлайн. URL: <https://blogger.online/>; *Онлайн-школа* блогеров для детей, курсы блогеров, обучение блогингу – Rebotica. URL: <https://rebotica.ru/blogger> (дата обращения: 15.05.2024).

<sup>3</sup> *Дятлова А. Е.* Инфоцыгане vs. Журналисты: кто победит? / А. Е. Дятлова // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения: статьи участников ежегодного апрельского научного форума, Санкт-Петербург, 21–22 апреля 2022 года. Том 1. Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир», 2022. С. 101.

только достоверность информации, но и качество ее преподнесения, что нельзя сказать про курсы онлайн-коучей, не имеющих лицензию на образовательную деятельность»<sup>1</sup>.

3. Самообразование. Чтение книг, журналов и статей о медиаграмотности может помочь развить навыки анализа и критического мышления. Также можно смотреть образовательные видео на YouTube или других платформах, в том числе на тех, которые предлагают различные курсы. Например, на YouTube поиск по запросу «медиаобразование» предлагает видеоролики с различными материалами, как правило, информационного характера, хотя не всегда хорошего качества. В отношении самообразования существует определенная опасность, поскольку дети и подростки обычно считают, что они все знают в интернете и не нуждаются в информационной или медийной защите. Их интерес чаще всего распространяется на сферу блогинга и создания разных видов контента в формате видеороликов. Кроме того, детям сложно распознать мошеннический контент из-за низкого уровня критического мышления.

4. Участие в дискуссиях и форумах. Общение с другими людьми и обмен опытом может помочь развить навыки анализа и критического мышления, которое позволит дифференцировать информацию из различных источников. Основная площадка общения детей и подростков – социальные сети и мессенджеры. В социальной сети «ВКонтакте» на запрос «медиа» мы получили информацию о нескольких сообществах, например «КлубМедиа» 62 тыс. подписчиков, постящий разного рода информацию; «ЛапшаМедиа» 476 тыс. подписчиков, сообщество, разоблачающее фейки, и др. с меньшим количеством подписчиков. Однако эти площадки трудно назвать дискуссионными, поскольку количество комментариев под каждым постом составляет в среднем 10 сообщений, и основные подписчики,

---

<sup>1</sup> Сивкова О. М. Образовательный процесс и инфоцыганство: антагонизм и точки соприкосновения / О. М. Сивкова // Стратегии межкультурного взаимодействия в контексте мирового образовательного пространства: Опыт и перспективы: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Ижевск, 28 ноября 2022 года. Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2022. С. 137.

судя по профилям, взрослые люди. Такая же ситуация в мессенджере Telegram. Открытых дискуссионных площадок, на которых профессионально были бы организованы дискуссии с привлечением специалистов и детской аудитории, мы не обнаружили.

5. Практика. Практика в работе с информацией и анализе новостей помогает развить навыки медиаграмотности. В некоторых школах организуются издательства или медиacentры, в которых ребята учатся работать с инструментами медиа, выступают в роли журналистов, блогеров и др.<sup>1</sup> Однако пока рано говорить, что эта практика имеет массовый характер. Как правило, в данную работу включаются не все учащиеся, в то время как интернетом постоянно пользуется подавляющее большинство детей и подростков.

Таким образом, вопросы медиапотребления современной детской аудиторией требуют особого внимания и практических действий со стороны государства, общества и семьи по созданию условий для контроля за потребляемой информацией и для подготовки детей и подростков к разумному использованию медийных инструментов и получаемых при их помощи сведений. Одним из источников обучения медиапотреблению и создания положительных примеров медийного контента может стать телевидение, еще не утратившее полностью свои позиции, но уже стремительно теряющее авторитет у детей и, главным образом, у подростков, которые воспринимают его как инструмент пропаганды, транслируя стереотипное представление о ее негативном характере. В то же время на телевидении, как мы уже отмечали, практически отсутствуют передачи,

---

<sup>1</sup> См. об этом: *Коханова Л. А.* Роль школьных медиacentров в профессиональной ориентации детей и подростков / Л. А. Коханова, С. Б. Головкин, Д. И. Абличарова // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2017. № 4(26). С. 123–132; *Петрова Т. Н.* Медиacentр как инновационное структурное подразделение современной школы / Т. Н. Петрова, М. А. Жукова // *Начальная школа: проблемы и перспективы, ценности и инновации: Сборник статей по материалам XIV Всероссийской научно-практической конференции*, Йошкар-Ола, 25 февраля 2022 года. Йошкар-Ола: Марийский государственный университет, 2022. С. 32–36; *Чантурия Л. Р.* Технология организации медиаобразования старшеклассников / Л. Р. Чантурия, И. Н. Сергиенко // *Балтийский гуманитарный журнал*. 2019. Т. 8, № 3(28). С. 178–180. DOI 10.26140/bgz3-2019-0803-0045 и др.

адресованные детям подросткового возраста, что требует коррекции как для сегодняшних подростков, так для будущих поколений.

#### **4.2. Потенциал развития детских медиаресурсов**

В первой главе мы рассмотрели особенности контента канала «Карусель», среди которых выделили как положительные моменты (разнообразие передач в интернет-версии, реализация воспитательных и образовательных функций в ряде из них), так и отрицательные (отсутствие большей части передач в телеэфире, мультсериалы низкого качества, обилие рекламы, недостаточный культурно-речевой уровень, ограничение возраста зрителей до 13 лет контентом, который будет им интересен, и отсутствие передач для подростков).

В целом отметим, что «Карусель» отличается от других детских каналов стабильной целевой аудиторией. Здесь важно не потерять зрителей, которые подрастают, создавать для них интересный материал. Поэтому телеканал должен быть ориентирован на активных, успешных детей, которые умеют не только учиться, но и активно отдыхать. Все эксперты сходятся во мнении, что детский телеканал должен быть не только развлекательным, он обязан развивать, воспитывать, формировать ответственного гражданина, а не потребителя. Как мы отмечали, интернет-платформа телеканала «Карусель» содержит более богатый и разнообразный контент, нежели телеканал: в интернете детям предлагается не только посмотреть любимые мультфильмы, но и поиграть, поучаствовать в конкурсах, выбрать игрушки и т. д. В целом контент канала, если его перенести в телевизионный формат, вполне удовлетворяет требованиям образовательного, развивающего, воспитательного характера. Вопрос состоит, скорее, не в создании принципиально новых программ, а в популяризации тех передач, которые позволяют юным зрителям пополнить знания, научиться рисовать, мастерить, фотографировать, готовить и др., при этом с акцентом на полезность данных действий, а не на пустое времяпрепровождение (если сделать скворечник, то чтобы

птицам было, где жить; если приготовить салат, то накормить семью и др.).

Продуктивная работа детского телевидения должна быть ориентирована на воспитательные и образовательные стандарты в соответствии со следующими принципами:

- принцип взаимодействия, лежащий в основе взаимоотношений ребёнка и окружающих, как своего возраста, так и взрослых;

- принцип доступности, предполагающий восприятие от простого к сложному, чтобы ребёнок мог понять ту информацию, которую до него доносят, мог развиваться постепенно;

- принцип наглядности, который помогает ребёнку лучше освоиться в той или иной деятельности, здесь важно, чтобы в передачах представляли образец, доступный для повторения ребёнком;

- принцип вариативности, предоставляющий возможность ребёнку выбирать передачи, подходящие ему с точки зрения возраста и интересов;

- принцип стимуляции активности, помогающий ребёнку развить самостоятельный навык стремления к знаниям, выявить и развить творческие способности, быть успешным и добиваться поставленных целей,

- принцип системности, направленный на постоянное закрепление материала, повтор изученного, познание нового на базе показа материала, следовательно, многие развивающие и обучающие телепередачи должны транслироваться регулярно, без пропусков, чтобы развитие ребёнка осуществлялось системно.

Каналу «Карусель» можно порекомендовать работать с инновациями, применять различные педагогические, психологические, технологические методы при разработке программ, в том числе опираться на не раз упоминаемую нами «Стратегию развития воспитания...», разработанную государством в качестве ориентира при наполнении контентом телепрограмм, адресованных детям. Хочется отметить, что для детского телеканала важно не только развивать и воспитывать детей, но и готовить их к будущей профессии, поэтому необходимо создавать

материал, разрабатывать мероприятия, которые будут направлены на профориентацию детей. Актуально, на наш взгляд, содействие государства в развитии и других детских каналов.

### **4.3. Проект авторской инновационной программы для подростков**

Создание телевизионного канала для подростков является необходимым, во-первых, в связи с его отсутствием в сетке вещания основных каналов телевидения, а это означает, что государство не может оказывать воздействие на подростковую аудиторию через телевещание; во-вторых, благодаря телеканалу возможно осуществление медиаобразования; в-третьих, общий медийный ресурс может объединить подростков страны, которые находятся в переходном возрасте, когда они нуждаются в поддержке и понимании, социальной общности с другими детьми, определении жизненного пути, в том числе профессионального и др.; в-четвертых, канал, адресованный такой сложной и в то же время нуждающейся в социализации аудитории, может попробовать за счет интересного и актуального для подростков контента, отбираемого специалистами, составить конкуренцию интернету, который, несмотря на свою полезность и доступность, может негативно влиять на человека любого возраста. При этом «особенно остро проблема социализации в Интернете проявляется в подростковом и старшем школьном возрасте, когда происходит активное формирование познавательных процессов и личностных качеств человека»<sup>1</sup>.

В подростковом возрасте начинают формироваться личность и интересы ребенка, и телевизионный канал для подростков способен оказать помощь им в данном процессе. Как отмечает О. В. Пинчук, в «столь непостоянном и динамичном мире мы просто обязаны задуматься о том, что наших детей нужно направлять в потоке информации, дать им не только лодку, но и руль, и весла, и

---

<sup>1</sup> Угольков Н. В. Интернет как институт социализации старших школьников: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н. В. Угольков. М., 2012. С. 3.

удочку на случай голода. Наше исследование ярко доказывает, что полезная и важная информация просто не доходит до целевой аудитории. А значит, создание качественных детско-юношеских интернет-СМИ сегодня бессмысленно, ведь из тысячи школьников только один-два человека могут их посетить»<sup>1</sup>.

Подростки проводят много времени перед экранами различных устройств, и телевизионный канал для подростков в разных форматах (электронной версии или приложении) может предложить им качественную и разнообразную программу, которая будет, с одной стороны, соответствовать их интересам и увлечениям, а с другой – оказывать влияние на формирование их мировосприятия. Например, телевизионный канал для подростков может стать платформой для общения и обмена опытом между подростками из разных уголков России и стран мира. Это способствует расширению их кругозора и пониманию других культур, существующих на территории как России, так и иностранных государств.

Телевизионный канал для подростков также будет способствовать формированию более открытого социума, пониманию, что нет идеальных обществ и очень многое зависит от выбора жизненного пути, нравственной позиции человека как личности и гражданина, любви к своей стране. Таким образом, через контент канала можно проводить те идеи, которые заложены в «Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».

Ниже представим рабочую концепцию программы с примерами передач, идеи создания которых основываются прежде всего на представлении о полезности соответствующего содержания для подростковой аудитории. Предполагается, что в дальнейшем эти программы будут доработаны с привлечением специалистов и самих подростков как участников медиапроцесса.

**Первый вид** программ, имеющих общественно значимое содержание, может быть представлен реалити-шоу о жизни подростков в России и разных странах

---

<sup>1</sup> Пинчук О. В. Дети и подростки в Интернете: медийные практики, педагогический аспект / О. В. Пинчук // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2013. Т. 12, № 10. С. 62.

мира. Так, одним из актуальных направлений является освещение жизни различных общественных детско-юношеских организаций, поскольку «постепенно детские общественные объединения становятся одним из ключевых элементов социального института – гражданского общества»<sup>1</sup>. Во второй главе мы описали контент сайтов детских общественных объединений, которые выполняют функцию воспитательных ресурсов, решающих задачи формирования личности и гражданина, в частности объединяющих платформ, направленных на организацию коллективной социальной коммуникации (сайты РДДМ «Движение первых», «ЮНАРМИИ», «Большая перемена», ЮИД и др.). Представим в качестве примера проект одной из программ.

**Проект программы о детских и молодежных объединениях  
на примере РДДМ «Движение первых»**

**Рабочее название «Движение первых: вместе к успеху»**



Рис. 1. Карта России

**Концепция:** Россия – самая большая страна в мире. В разных ее уголках живут неравнодушные ребята, которые в 2022 году объединились в российское движение детей и молодежи «Движение первых», чтобы стать активными участниками развития России.

---

<sup>1</sup> *Жирикова А. А.* Детские общественные организации как элемент института гражданского общества современной России: социологический анализ / А. А. Жирикова, А. В. Сычев // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2013. № 2 (103). С. 191.

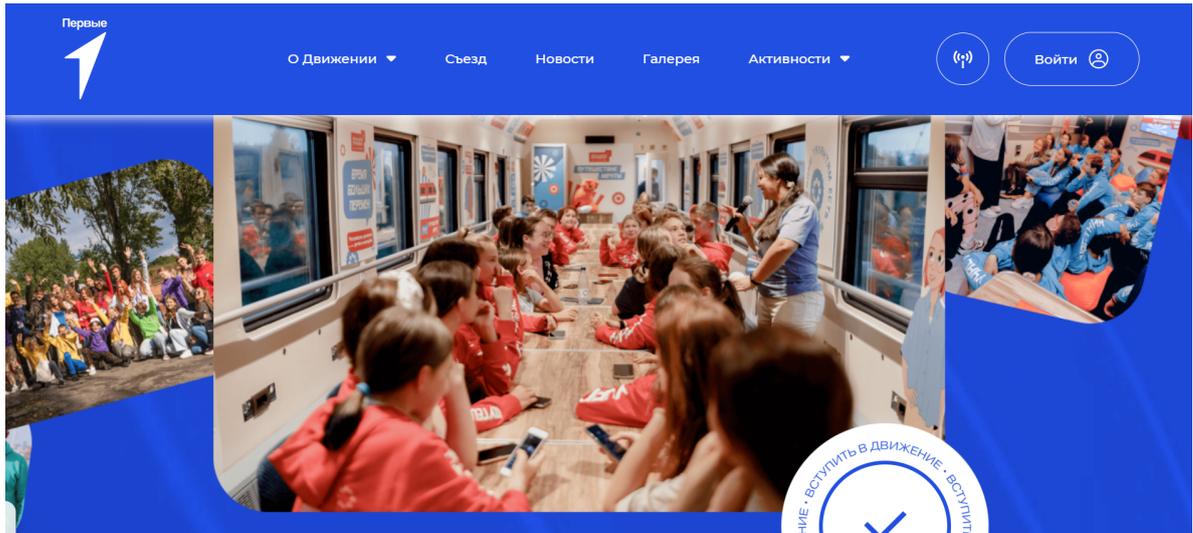


Рис. 2. Скриншот сайта «Движение первых».

Движение было создано в 2019 году, и уже успело собрать около миллиона участников по всей России. Они хотят быть ПЕРВЫМИ в разных сферах жизни страны: в знаниях и творчестве, в защите Родины, в науке и технологиях, в труде и спорте, в сохранении природы и везде, где они хотят исполнить свои мечты!<sup>1</sup> Что это за движение и как оно помогает развивать молодых людей? Что мы знаем об этих ребятах? Чем они занимаются? Как присоединиться к движению?

Об этом расскажет серия передач, посвященных РДДМ «Движение первых», где будут представлены разные формы активности, среди которых:

1) конкурсы – это возможность для молодых людей проявить свой талант в разных сферах и получить поддержку от экспертов (например, Всероссийский конкурс социального промышленного дизайна «Контур твоёй уникальности», Всероссийский конкурс проектов по сохранению культурно-исторического наследия, Киберспортивный турнир и др.);

2) фестивали – это мероприятия, на которых молодые люди могут показать свои таланты в различных областях, обменяться опытом и познакомиться с интересными людьми, например, «Фестиваль Движение первых!»;

<sup>1</sup> РДДМ «Движение Первых». URL: <https://будьвдвижении.рф/> (дата обращения 20.05.2024).

3) марафоны – мероприятия, состоящие из множества акций, проводимых в течение определенного времени, например, «Марафон полезных дел» предполагает участие в одной или нескольких акциях от главных волонтерских организаций страны. Ребятам предлагается вместе разработать патриотические квесты, провести субботники, написать письма Победы, собрать гуманитарную помощь для детей-беженцев, пройти мастер-классы по первой помощи и родственному уходу, посетить дома Милосердия и мн. др.<sup>1</sup>;

4) программы – мероприятия, посвященные определенной социальной тематике на протяжении длительного периода. Например, Всероссийская программа «Мы – граждане России!». Проект приурочен к вручению паспорта гражданина Российской Федерации всем подросткам, достигшим 14 лет и получающим его впервые: «Мы стремимся сделать вручение паспорта торжественным и запоминающимся событием, воспитывающим чувство патриотизма и демонстрировать переход от детства во взрослость»<sup>2</sup>;

5) образовательные проекты – исследовательская работа в определенной сфере, например, во Всероссийском проекте «Узнай!» необходимо подготовить теоретическое исследование (концепцию) в области общей физики, обосновать цели и задачи и подтвердить свои выводы<sup>3</sup>.

6) экологические проекты – работа, направленная на обучение навыкам, которые помогут заботиться о природе и окружающей среде, чтобы сохранить ее для будущих поколений, например, Всероссийский проект «На связи с природой» предлагает ребятам создавать экологические отряды, которые будут заниматься заповедной тематикой или волонтерством.

7) медиапрограммы – проекты, включающие в себя конкурсный и образовательный треки по просветительской и инструментальной работе с медиаконтентом, например, Всероссийский проект «МедиаПритяжение» «для

---

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

юных журналистов, блогеров, видеомейкеров, дизайнеров и медиacentров общеобразовательных организаций. Проект включает в себя образовательную и конкурсную составляющую. Участники проходят крутой информационно-просветительский курс, выполняют конкурсные задания и борются за классные возможности и призы»<sup>1</sup>.

Освещение разносторонней деятельности организации может привлечь многих ребят, которые сегодня ничего не знают об этом движении либо слышали, но не задумывались о том, чтобы присоединиться к нему. Таким образом, передачи будут способствовать популяризации РДДМ «Движение первых» и привлечению новых участников.

Цикл передач – 20 (только о РДДМ).

- С разными ведущими, в роли которых выступают члены движения, сами подростки, поскольку информация непосредственно от участников вызывает больше доверия.

- Хронометраж передачи – 48 минут

- География – Россия.

**Механика:** ведущие каждой передачи рассказывают о каком-либо виде активности, показывают, как осуществляется мероприятие, чем занимаются ребята. Нравится ли им данная активность? Почему? Что полезного они для себя извлекают? В конце каждой передачи ведущие приглашают зрителей присоединиться к организации, рассказывают, как это сделать.

К этому же виду социально значимых программ можно отнести шоу о путешествиях, где будут показывать интересные места России и мира, а также жизнь подростков разных национальностей и культур.

---

<sup>1</sup> Там же.

### Проект программы «Путешествуем вместе»

Концепция передачи заключается в том, чтобы показать зрителям интересные места России (Алтай, Якутия, Урал, Крым, Дальний Восток и др.) и мира (страны СНГ, Китай, Сербия, ЮАР и др.) глазами подростков, живущих в разных регионах. Каждый эпизод посвящен новому месту, где герои программы – подростки – будут рассказывать о своих впечатлениях и приключениях, связанных с путешествием и встречами со своими ровесниками из других уголков страны и мира. Ведущие будут показывать, как они находят общий язык с местными жителями, узнают новые культурные традиции, а также находят необычные способы развлечения и отдыха. Цель программы – показать, что путешествия могут быть не только увлекательными, но и образовательными, если мы будем открыты для новых знаний и опыта. Кроме того, передачи формируют уважение к иной культуре и традициям других народов.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С разными ведущими, в роли которых выступают сами подростки.
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия и другие страны (по возможности).

**Механика:** ведущие каждой передачи рассказывают о жизни подростков какого-либо региона, встречаются с местными ребятами, интересуются, чем они занимаются, какие традиции свойственны культуре их края.

**Второй вид** – образовательные программы, основная функция которых состоит в том, чтобы расширить знания подростков о разных сферах жизни: о новых технологиях, профессиях, спорте, здоровом образе жизни, стиле и моде, кулинарии, трендах общения в социальных сетях. В такого рода передачах должно осуществляться совмещение образовательной и развлекательной функций, что, на наш взгляд, сможет привлечь как можно больше зрителей, поскольку развлекательный компонент делает материал более простым для восприятия, вызывает положительные эмоции, особенно с учетом того, что большая часть детей

ориентирована на развлекательный контент и переориентировать ее нужно ненавязчиво, иначе это может вызвать отторжение у части зрителей. Приведем несколько примеров таких передач:

### **Проект программы «Техноленд»**

Концепция передачи заключается в том, чтобы показать зрителям новинки технологий: новые гаджеты, софты и игры, актуальные для подростковой аудитории. Каждый эпизод будет посвящен новому гаджету, софту или игре, которые рассматривают и обсуждают герои программы. Это могут быть сами подростки, увлекающиеся новыми технологиями, специалисты или ученые, которые могут поделиться своим знаниями и опытом. Они будут рассказывать о своих впечатлениях, возможностях и недостатках новых технологий, а также давать советы и рекомендации зрителям. Отдельная тема может быть посвящена искусственному интеллекту как технологии будущего. Цель программы – помочь подросткам ориентироваться в мире технологий, показать, какие новинки стоит приобрести, а какие не стоит, а также научиться использовать технологии безопасно и эффективно.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С разными ведущими, в роли которых выступают сами подростки.
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия и другие страны.

**Механика:** ведущие каждой передачи – подростки – рассказывают о технологиях, которые есть в России и приходят к нам из других стран мира, беседуют с ребятами, увлекающимися данной темой, и специалистами. Ведущие делают репортажи с различных мероприятий: конкурсов робототехники, игровых турниров, например, в формате стриминга, выставок новых технологий и др.

### **Проект программы «Модный мир»**

Концепция передачи заключается в том, чтобы помочь юным зрителям

разобраться в мире моды и стиля глазами сверстников. Каждый эпизод будет посвящен новым тенденциям моды, стильным образам и аксессуарам, которые рассматриваются и обсуждаются героями программы. В качестве ведущих будут выступать как сами подростки, так и специалисты, молодые и маститые стилисты, модельеры. Они будут давать советы по выбору одежды, созданию модных образов и комбинированию вещей, а также рассказывать о своих личных предпочтениях в моде. Цель программы – помочь подросткам научиться выражать свою индивидуальность через моду и стиль, научиться выбирать правильные вещи и создавать гармоничные образы, а также показать, что мода может быть доступной и увлекательной для всех.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С разными ведущими, в роли которых выступают сами подростки.
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия.

**Механика:** ведущие каждой передачи – подростки – рассказывают о стиле и моде, берут интервью у специалистов в сфере моды. Ведущие делают репортажи с различных мероприятий: показов мод, выставок и др. Знакомят с модными новинками, традициями моды в разных странах и в различные исторические периоды. Проводят в прямом эфире мастер-классы по стилю и имиджу.

### **Проект программы «Юный зожник»**

Концепция передачи заключается в том, чтобы помочь подросткам разобраться в мире здорового питания и физических упражнений через опыт экспертов и самих подростков, которые уже достигли успеха в этой области. Каждый эпизод посвящен новым тенденциям здорового образа жизни, правильному питанию и эффективным физическим упражнениям, которые будут рассматриваться героями программы. Герои обсуждают тенденции моды в данной сфере, например, детокс-соки, зож-десерты, спортивные ретриты и др. Темами программы могут стать вопросы бодипозитива и бодишейминга, мода на

«героиновый шик» и др. проблемы, которые связаны как со здоровым, так и с нездоровым образом жизни, а также внешностью человека. Цель программы – помочь юным зрителям принять здоровый образ жизни, научиться правильно питаться и поддерживать форму, а также показать, что здоровый образ жизни может быть доступным и приятным для всех.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С разными ведущими, в роли которых выступают сами подростки.
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия.

**Механика:** ведущие и приглашенные специалисты устраивают мастер-классы, где дают советы по выбору правильных продуктов питания, составлению рациона питания и созданию программы физических упражнений, а также рассказывают о своих личных опытах и успехах в этой области.

### **Проект программы «Не подкачай!»**

Концепция программы состоит в популяризации среди подростков здорового образа жизни и разных видов спорта, а также в мотивации детей к занятиям спортом и улучшению своего здоровья. В каждом эпизоде будут предлагаться советы по тренировкам, питанию и общему благополучию организма. Рассказываться о разных субкультурных сообществах, занимающихся спортом, например, воркауте, паркуре, роллерах и др. Также в шоу будут показаны фрагменты матчей разных видов спорта, чтобы зрители могли насладиться красивыми и захватывающими играми.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С разными ведущими, в роли которых выступают профессиональные спортсмены, в том числе параолимпийцы (в каждой программе новый ведущий).
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия.

**Механика:** ведущие шоу расскажут о своих тренировках и поделятся

секретами своего успеха, побеседуют и потренируются с ребятами из разных спортивных субкультур и др. Они также ответят на вопросы зрителей и помогут им выбрать подходящий вид спорта для занятий. В программе также будут проводиться различные конкурсы и игры, чтобы зрители могли попробовать свои силы и получить призы.

### **Проект программы «Готовим всё!»**

Программа для подростков посвящена здоровому питанию и приготовлению вкусных блюд. В каждом эпизоде ведущие и эксперты будут давать советы по выбору продуктов, приготовлению блюд и их подаче. Ведущие программы – подростки, которые хотят научиться готовить. Они под руководством профессиональных поваров и диетологов расскажут о том, как правильно составлять рацион питания и какие продукты лучше использовать для приготовления здоровых блюд, а также разных интересных и вкусных блюд для различных мероприятий: вечеринок, походов, дней рождений и др. Цель программы популяризация в среде подростков здорового питания и приготовления вкусных блюд, а также мотивация подростков к заботе о своем здоровье и правильному питанию.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С разными ведущими, в роли которых выступают подростки, которые хотят научиться готовить (в каждой программе новый ведущий).
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия.

**Механика:** в каждом эпизоде ребята, которые хотят научиться готовить, будут под руководством профессиональных поваров готовить разные блюда, от салатов и закусок до основных блюд и десертов, и сервировать стол в зависимости от мероприятия. Все рецепты будут простыми и доступными для подростков, а также будут учитывать особенности здорового питания. Кроме того, в программе могут проводиться различные конкурсы и игры, связанные с кулинарией, чтобы

подростки попробовали свои силы в приготовлении пищи.

### **Проект программы «Путешествие по МЕДИАВСЕЛЕННОЙ»**

Концепция программы основывается на идее о том, что ребята проводят много времени в интернет-пространстве, они общаются, учатся, читают книги, слушают музыку, смотрят фильмы и др. В то же время эта сфера таит множество опасностей. Передача посвящена общению в интернете и новым возможностям, которые предоставляют разные виды медиа, а также опасностям, подстерегающим пользователей. В каждом эпизоде будут рассматриваться различные интернет-платформы и их особенности. Цель – помочь подросткам разобраться в виртуальной вселенной, научить их использовать инструменты медиа безопасно и эффективно, разбираться в объективной и фейковой информации, а также познакомить с новыми возможностями, которые предоставляют медиа.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С ведущими-подростками и экспертами.
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия.

**Механика:** Ведущие программы – подростки и эксперты в области социальных сетей – будут рассказывать о новых технологиях и трендах в общении в интернете. Они также дадут советы по безопасности в социальных сетях и расскажут о том, как правильно использовать медиаинструменты. Кроме того, в программе могут проводиться интервью с известными блогерами и инфлюенсерами, которые поделятся своим опытом работы в социальных сетях и советами для начинающих блогеров. В каждом эпизоде проводятся различные конкурсы и игры, связанные с медиаресурсами, чтобы подростки могли попробовать свои силы и получить призы.

### **Проект программы киноклуба «Моя КИНОВСЕЛЕННАЯ»**

Концепция программы киноклуба посвящена обсуждению просмотренных

подростками фильмов и сериалов. В каждом эпизоде будут обсуждаться новые фильмы и сериалы отечественного и иностранного производства, различные жанры кино и сериалов, а также будут рассмотрены актуальные темы, затронутые в них. Цель программы – помочь подросткам развить свой кинематографический вкус, научить их анализировать и интерпретировать просмотренные фильмы и сериалы, смотреть их как информационный посыл создателей, а не просто яркую картинку, а также познакомить с актерами и режиссерами.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С ведущими-подростками и экспертами.
- Хронометраж передачи – 40 минут.
- География – Россия.

**Механика:** Ведущие программы (можно приглашать тех, кто делает обзоры в интернете) – подростки и эксперты в области кино и телевидения, зрители – ребята в студии. Ведущие и зрители будут обсуждать фильмы или сериалы. Эксперты могут рассказывать о том, как правильно анализировать и интерпретировать просмотренные фильмы и сериалы, дадут советы по выбору качественных фильмов и сериалов, которые могут помочь подросткам расширить свой кругозор. Кроме того, в программе будут проводиться интервью с актерами и режиссерами, которые расскажут о своем опыте работы в этой области и поделятся своими советами для начинающих актеров и режиссеров. В каждом эпизоде могут проводиться различные конкурсы и игры, связанные с кино и сериалами, чтобы подростки могли попробовать свои силы и получить призы.

**Третий вид** – развлекательные программы, основная функция которых привлечь ребят, которые хотят провести время с удовольствием, слушая любимую музыку, смотря видеоклипы, кино или сериалы. Это необходимый, на наш взгляд, вид контента, который может привлечь больше внимания подростков к каналу и, возможно, они найдут для себя интересными и другие передачи.

### Проект программы «В ритме поколения»

Концепция программы: программа посвящена музыке и танцам, которые являются неотъемлемой частью современной молодежной культуры. В каждом эпизоде будут показаны новые клипы, концерты и интервью с популярными исполнителями, которые работают в разных направлениях. Кроме того, музыкальные предпочтения части подростков связаны с классическим искусством (музыкой и балетом), а также с народной культурой (русские народные танцы, тувинское пение и др.). Цель программы – помочь подросткам развить свой музыкальный и танцевальный вкус, научить их технике танца и выбору музыки, а также познакомить с популярными исполнителями и танцорами.

Цикл передач – 36 (один раз в неделю в течение года).

- С ведущими-подростками.
- Хронометраж передачи – 40 минут
- География – Россия.

**Механика:** Ведущие программу подростки будут рассказывать о различных жанрах музыки и стилях танцев, давать советы по технике танца, рассказывать о том, как правильно выбирать музыку для танца. Кроме того, в программе будут проводиться интервью с популярными исполнителями и танцорами, которые расскажут о своем опыте работы в этой области и поделятся советами для начинающих музыкантов и танцоров, а также с ребятами, занимающимися музыкой и танцами. В каждом эпизоде предполагается проведение различных конкурсов и игр, связанных с музыкой и танцами, чтобы подростки могли попробовать свои силы и получить призы.

**Четвертый вид** – новостные программы, которые рассказывают о жизни юного поколения. Журналистами и ведущими новостей должны быть сами ребята из разных уголков страны.

Таким образом, телевизионный канал для подростков должен быть максимально разнообразным и интересным, чтобы привлечь внимание молодежи и

стать популярным у юных зрителей. Главными факторами создания контента должны стать, во-первых, участие самих подростков в разработке сценариев и их наполнении материалами; во-вторых, мониторинг оценок зрителей и корректировка содержания в соответствии с интересами детей; в-третьих, синтез образовательных, воспитательных и развлекательных функций; в-четвертых, речь ведущих и специалистов должна соответствовать культурно-речевым нормам, исключение может составить использование лексики, например, жаргонизмов, поскольку их употребления трудно избежать, когда речь идет о современных музыке и танцах, социальных сетях, субкультурах и под. Кроме того, важно продвижение канала и его программ через другие средства массовой информации и социальные сети. Существенное значение имеет отсутствие или минимизация рекламного контента, чему могло бы способствовать государственное финансирование, поскольку государство в первую очередь заинтересовано в воспитании ответственного гражданина, готового работать на ее благо, защищать и развивать свою страну, что соответствует установкам «Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».

### **Выводы по четвертой главе**

1. Активное развитие информационного общества, как следствие, медийных ресурсов, создает новые условия, в которых человечество ранее не имело опыта жизни: чрезвычайно быстрый и трудно контролируемый доступ к информации и инструментам ее распространения, возможность получения и передачи сведений в многообразных форматах с различных устройств практически любым актором, владеющим хотя бы минимальными умениями в использовании медиаинструментов, и др. В результате интенсивное распространение фейков, экстремистского контента, информации, направленной исключительно на потребление и развлечение, обуславливают необходимость разработки инструментов противодействия данным угрозам, особенно когда речь идет о юной аудитории, которая прежде всего в силу возраста не имеет достаточно развитого

критического мышления, чтобы дифференцировать информационные потоки. Кроме того, обилие развлекательного контента приучает детей к логике потребления, которой в современных условиях назрела необходимость противопоставить логику созидания. Важную роль в этом могут сыграть современные медиа, в том числе телевидение, так как оно пока еще остается для детей ресурсом, который они используют, как показало исследование, для получения информации, хотя и преимущественно развлекательной (мультфильмы, сериалы, реалити-шоу), поскольку телеканалы другой практически не предлагают. Исключение составляют редкие программы, разбросанные по разным каналам, например, интеллектуальные шоу для детей.

2. Важным инструментом противостояния негативному или «пустому» контенту, предлагаемому различными медиа, в том числе интернет-ресурсами, является формирование и развитие медиаграмотности, или иначе медиакомпетентности, медиаобразованности, что предполагает внедрение системы медиаобразования не только в рамках школьной программы, но и в качестве непрерывной системы просвещения детей и подростков в медийном пространстве, потому что 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, блоггерство, работа в медиацентрах и др.). При этом одним из важнейших, на наш взгляд, инструментов распространения медиаобразования является вовлечение широкого круга самих детей и подростков в создание телепередач, онлайн-курсов, дискуссий и под. Важную роль в организации работы по внедрению медиаобразования, безусловно, играет государство, 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».

3. Контент телеканалов, в частности «Карусели», для детей до 13 лет в настоящее время нацелен преимущественно на развлечение ребенка, поскольку большую часть времени транслируются мультсериалы, далеко не всегда высокого качества. В то же время интернет-версия этого канала имеет более богатое содержание, которое слабо представлено в телеверсии. При этом специалисты сходятся во мнении, 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. Можно выделить ряд принципов, которые с этой точки зрения обеспечивают продуктивную работу детского канала, среди них коммуникативность, доступность, наглядность, понятность, возможность выбора, стимуляция активности, системность. У канала «Карусель» есть потенциал в этом смысле, обеспеченный уже созданным контентом, реализующим воспитательные и познавательные функции, который по каким-то причинам размещен только в интернет-версии и не представлен на телеэкране, хотя это значительно разнообразило бы мультсериальное содержание телеканала.

4. Существенным пробелом в вещании российских телеканалов является отсутствие программ, адресованных подросткам, в связи с чем они смотрят взрослые передачи и сериалы. Не останавливаясь на сериальной продукции, о которой говорилось в предыдущих главах, поскольку это специфический вид искусства, который создается силами не журналистов, а представителей кинематографической профессии, мы разработали рабочий проект программ, которые могли бы быть рекомендованы при условии создания телеканала, адресованного подросткам. 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. В данном процессе важную роль могло бы сыграть телевидение, в частности телеканал для подростковой аудитории, программы которого будут, с одной стороны, обращаться к интересам детей (танцы, музыка, психология, технологии и др.), а с другой – реализовывать установки государства на развитие разносторонней личности, имеющей гражданскую позицию, ориентированной на сохранение и развитие своей страны.

5. Разработка концепции канала должна основываться на ряде принципов: обращение к интересам подростков; интеграция в содержании 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.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе реализации государственной стратегии воспитания детей и подростков с опорой на результаты исследований специалистов, занимающихся вопросами детства, необходимо учитывать тот факт, что коммуникативно-прагматические характеристики контента, демонстрируемого теле- и интернет-каналами, оказывают существенное влияние на формирование мировоззрения ребенка, состояние его психологического и физического здоровья. В связи с этим актуален вопрос о выявлении коммуникативно-прагматических характеристик детского телевизионного вещания, которые в контексте государственных интересов по воспитанию молодого поколения будут способствовать трансформации телевидения в формат эффективного инструмента воздействия на молодое поколение.

Исследователи в сфере психологии, социологии, филологии, педагогики, журналистики и других областей науки, занимающиеся вопросами здоровья и воспитания детей в условиях мультимедиатизации и диджитализации современного видеоконтента, сходятся во мнении, что содержание современных детских программ, фильмов, в том числе мультипликационных, слишком часто включает в себя агрессивные сцены, сексуальные образы, которые не соответствуют возрасту восприятия детей, а также концентрирует внимание зрителя на развлекательности в ущерб образовательной, культурно-просветительской и воспитательной функциям детского телевидения. Такое воздействие телевидения на ребенка и подростка специалистами рассматривается как негативное, в связи с чем можно сформулировать общее мнение, согласно которому детское телевидение нуждается в трансформации.

Значительный практический опыт и история изучения детского медиапотребления тем не менее не дают ответы на многие проблемные вопросы, в частности, какими коммуникативно-прагматическими характеристиками должен обладать видеоконтент, транслируемый для детской аудитории. Данный вопрос

признается недостаточно изученным и требующим длительного комплексного анализа, что обусловлено интенсивными изменениями как технологического, так и гуманитарного характера, которые трансформируют информационную среду, в частности, появляются новые медиа, конкурирующие с традиционными, а также новые типы контента, актуальные темы и тенденции их репрезентации.

Наше исследование подтверждает мнение тех специалистов, которые считают, что современное детское телевидение в течение нескольких десятилетий не ставило перед собой задачу реализации государственной политики по воспитанию молодого поколения, поскольку с точки зрения коммуникативно-прагматических особенностей детские фильмы и программы можно охарактеризовать как ориентированные преимущественно на западные, а не национальные ценности и в целом на коммерциализацию как самоценность. Так, телевидение, 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, традиций, мировоззренческих установок, часто противоречащих российским традициям, хотя, как отмечают специалисты, именно в детстве через литературу, киноискусство человек осваивает культурное художественное наследие своей страны и народа. До 2022 года количество российских и западных каналов для детей на российском телевидении было практически одинаковым (10 и 8 соответственно). Такие показатели обуславливали появление вопроса о желании наших производителей развивать отечественное телевидение. Еще в октябре 2022 года на первых местах по популярности находились каналы «Карусель» и Disney. 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. Отчасти эта задача выполняется сервисами платных услуг, предлагающих по подписке различные детские каналы, однако, во-первых, не все семьи с детьми имеют возможность подключить большой пакет платных услуг, во-вторых, предлагаемый

контент имеет, как правило, развлекательный характер, в частности, в формате мультипликации.

Мультфильмы предлагаются и на центральных каналах, программы которых адресованы прежде всего взрослой аудитории. Надо отметить, что данный вид кинопродукции популярен как у детей, так и у подростков (а также взрослых людей), однако содержание новых мультфильмов часто вызывает нарекания из-за неграмотной речи героев, которые тиражируют ошибки, никак не комментируемые и не исправляемые, поэтому воспринимаемые детьми в качестве нормы. Кроме того, в новых мультфильмах слабо реализуются познавательная и воспитательная функции, в отличие от их ведущей роли в советских мультфильмах, которые часто транслируют телеканалы наряду с кинофильмами и сериалами также советского производства. При этом в отличие от современной мультипликации, которая широко представлена на ТВ, новые фильмы практически не демонстрируются. Их можно найти на киноплатформах, однако качество такого продукта, как правило, не соответствует требованиям, предъявляемым к детскому контенту, из-за использования сниженной лексики вплоть до нецензурной, демонстрации сексуальных и агрессивных сцен. Возможно, данная ситуация будет изменена благодаря принятым поправкам, внесенным в Федеральный закон о кинематографии в апреле 2023 года, согласно которым создание детской кинопродукции будет полностью финансироваться государством.

Телевизионные передачи для детей имеют различную направленность, в том числе образовательную и воспитательную, однако они транслируются преимущественно на интернет-версиях каналов. Так, среди положительно влияющих на детскую аудиторию коммуникативно-прагматических характеристик канала «Карусель» мы выделили разнообразие контента, адресованного преимущественно детям до 12 лет, однако данный контент представлен в его интернет-версии, которая значительно информативнее и разнообразнее, нежели содержание программы в сетке теле вещания. На сайте есть возможность обратной связи со зрителями, включения детей в качестве участников в программы канала и

актуальные новости. При этом в электронной версии канала «Карусель» программ познавательного и воспитательного характера достаточно много, и они действительно имеют позитивный развивающий характер, но в то же время сложно размещены на сайте и слабо анонсируются. Анализ телевещания канала, проведенный в течение трех дней, напротив, показал, что таких программ в сетке мало: было продемонстрировано 79 передач, из них более 60 – это мультсериалы, качество которых в ряде случаев не соответствует, на наш взгляд, задачам развивающего телевидения для детей, например, из-за слишком быстрой смены картинки, музыкального сопровождения как набора звуков, которые невозможно запомнить или напеть после просмотра, речи героев, перекрываемой громким музыкальным рядом, бессодержательности и др. Из оставшихся передач большая часть представлена повторяющимися программами типа «Спокойной ночи, малыши!» или киножурнала «Ералаш», одной развивающей программой «Умелые ручки», «Погодой», новостями. В целом контент интернет-версии канала гораздо разнообразнее, чем его телеверсия. Таким образом, детские телеканалы в настоящее время создают и размещают контент, не способствующий вовлечению в телесмотрение значительной части детской аудитории старше 12 лет, поэтому подростки из-за отсутствия предназначенных им передач смотрят взрослые программы на различных, трудно контролируемых интернет-ресурсах.

Во многом определяющей для содержания телевизионных программ коммуникативно-прагматической характеристикой является коммерческая выгода, что проявляется в том числе в демонстрации как детской, так и взрослой рекламы, формирующей с раннего возраста потребительские установки, в частности желание покупки товара, который может быть совершенно не нужен или не соответствует финансовым возможностям родителей. Такая реклама как будто бы дразнит ребенка, создавая у него постоянный запрос на покупку товара.

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 образовательных, воспитательных, коммуникативных и развлекательных запросов аудитории. В течение всего двух десятилетий сформировалась конкурентная система, предлагающая детям и подросткам более разнообразный, нежели на телеканалах контент, при этом имеющий преимущество в виде его самостоятельной настройки пользователем в любое время. Так, с одной стороны, анализ сайтов для детской аудитории выявил широкие возможности, которые при грамотном использовании инструментов поиска есть у пользователей, поскольку интернет-платформы для детей и подростков очень разнообразны. Мы выделили образовательные / развивающие, воспитательные, развлекательные, коммуникационные ресурсы, с точки зрения функции, тематически разнообразные, так как размещаемая информация может быть посвящена вопросам науки, религии, моды, приготовления пищи и многим другим темам; с точки зрения форматов можно выбрать игры, блоги, влоги, форумы и др., часть из них доступна (открытые бесплатные), часть закрыта или частично закрыта и др. В то же время нужно учитывать, что оказываемое интернет-ресурсами воздействие на аудиторию детей и подростков может быть позитивное или деструктивное. В этом смысле интернет представляет собой определенную опасность для молодого поколения, поскольку потоки информации, распространяемые в нем, трудно контролируемы, в том числе и родителями. Телевидение более безопасный инструмент воздействия в силу наличия государственного и общественного надзора.

С другой стороны, развлекательность и в интернете остается одним из главных инструментов привлечения внимания широкой аудитории. Так, наше исследование показало, что самый популярный детский интернет-канал YouTube Kids размещает в основном мультфильмы и влоги развлекательного характера. Между тем последние могут выполнять разные функции, в том числе образовательную, но такие ресурсы пользуются значительно меньшей популярностью, чем влоги развлекательные, причем разница исчисляется

миллионами подписчиков в пользу развлечения. Основными коммуникативно-прагматическими характеристиками таких влогов являются тематическое однообразие (среди популярных тем распаковка подарков, получение денег (не зарабатывание!), социальное неравенство, конфликтные ситуации без какой-либо морально-нравственной оценки, например, демонстрация ссоры как факта), соответствующая речь героев влогов, приближенная к реальной и, соответственно, далекая от образцовой; пранки, зачастую построенные на унижении близкого, агрессивном отношении к членам семьи и под.

Коммуникативно-прагматической характеристикой содержания интернет-платформ (как и каналов телевидения), определяющей возраст целевой аудиторией, является адресация контента ребенку только до 12 лет. При этом малышам и детям от 4 до 12 лет предлагаются наряду с развлекательными, как правило, еще и программы обучающего, развивающего характера, а для подростков таких ресурсов практически нет. Это обуславливает их обращение к программам взрослых каналов, к пабликам социальных сетей, мессенджерам, при этом сети предлагают обратную связь в виде лайков/дизлайков, комментариев, квизов, онлайн-игр и др., создавая таким образом иллюзию реальной коммуникации. Между тем контролировать, что смотрят старшие подростки, еще сложнее, нежели медиапотребление детей младшего возраста, хотя контент может оказывать крайне негативное воздействие на взрослеющих детей вплоть до провоцирования экстремизма или доведения до самоубийства.

Анализ содержания сериалов и фильмов, которые смотрят подростки на телеканалах и интернет-платформах показал, что негативный контент репрезентируется непосредственно в языке героев теле- и кинопродукции, а также в названиях и аннотациях. Сложилась парадоксальная ситуация, при которой фильмы и сериалы о подростках маркируются ограничителем «18+», поскольку в них включаются сцены насилия, секса, сопровождающиеся соответствующим речевым поведением героев. Кроме того, для привлечения внимания юного зрителя создатели используют в названиях и аннотациях лексику с негативными

коннотациями: криминальную, с семантикой вражды, психологического и физического насилия, связанную с темой наркомании, смерти, болезни, суицида, мистики и под., а также слова тематической группы «материальные блага», причем, как правило, они находятся в одном контексте с лексикой, связанной с преступлениями. Закономерно, что зачастую это жаргонизмы, которые используются в аннотациях, видимо, для привлечения внимания подростков. Речь самих героев сериалов требует отдельного исследования, однако и проведенный в данной диссертации анализ выявляет использование жаргона, просторечия и нецензурной лексики, которая может «запикиваться» или произноситься открыто как речевая норма, причем в речи и положительных героев тоже. Возможно, тенденция речевого натурализма в кинематографе обуславливает ее проецирование на влоги, которые снимают сами подростки, поскольку речь участников видеоролика далека от образцовой.

Осуществленный в данном диссертационном исследовании анализ языковых особенностей контента для детей и подростков на современном телевидении и интернет-ресурсах выявляет фактический характер трансформации коммуникативно-прагматических особенностей текстов в сторону снижения культурно-речевого уровня современных медиапроизведений и актуальность решения вопроса об этических основах использования языка в фильмах и передачах, предназначенных для юной аудитории.

Описанные проблемы детского и подросткового медиапотребления обуславливают поиск путей по их преодолению, в частности посредством медиаобразования, которое должно в этом случае представлять собой непрерывную систему просвещения детской и подростковой аудитории. основополагающую роль в данном процессе, на наш взгляд, обязано взять на себя государство, поскольку оно заинтересовано в развитии системы воспитания детей и подростков, в том числе при помощи медийных средств, и именно оно имеет инструменты для системной работы и осуществления контроля в этом направлении. Развитие медиаграмотности позволит, с одной стороны, защитить детей от негативной информации в виде

фейков, экстремистского контента, бессодержательных текстов, поскольку она предполагает развитие критического мышления, позволяющего дифференцировать потоки сведений. С другой стороны, медиаобразование предполагает и обучение правильному использованию инструментов медиа, в том числе для поиска информации, навыки нахождения которой у современных подростков, несмотря на то что они являются поколением аборигенов интернета, развиты плохо. В настоящее время медиаобразование осуществляется частично в процессе обучения в школе, на онлайн-курсах, посредством самообразования, участия дискуссионных программах, в обсуждениях на форумах, в медиacentрах и др., однако нельзя сказать, чтобы работа велась системно на уровне государства. Кроме того, мы согласны с экспертами, которые считают, что существенную роль в медиаобразовании играет вовлечение детей и подростков в создание программ: новостей, конкурсов, дискуссионных клубов и др. передач, где зрители могут проявить себя как участники либо как создатели (детская журналистика). Такая интеграция юных зрителей в создание телепередач процесс сложный, но повышающий доверие к телевидению как источнику информации, в чем оно сегодня, безусловно, нуждается в свете широкого распространения стереотипа о «зомбящике».

Вовлечение юных зрителей в телесмотрение, на наш взгляд, необходимо начать с создания телеканала для старших подростков. Это социальная группа людей, чье мировоззрение находится в стадии формирования, поэтому особенно важно прививать подросткам нравственные принципы в соответствии с культурными традициями страны. В этом отношении телевидение должно быть инструментом воздействия на ребенка, которое системно реализует установки государства и общества на развитие и воспитание личности и гражданина. В противном случае лидирующее место в жизни подростка займет интернет с потоками информации, в которых даже грамотному взрослому пользователю часто сложно разобраться.

Практическим результатом нашего исследования стала разработка концепции телепрограммы для подростков с учетом коммуникативно-прагматической направленности на активное вовлечение целевой аудитории не только в телесмотрение, но и в непосредственное участие в передачах, и даже в их создание. 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 рассказывать сами ребята из разных уголков России. В качестве основных принципов разработки контента для телепередач видится прежде всего создание заинтересованности самих подростков через их участие в написании сценариев и ведении программ вместе с профессиональными тележурналистами. Насколько программа удалась должна показать обратная связь, поэтому необходим мониторинг оценок зрительской аудитории. Содержание программ предполагает сочетание образовательных, воспитательных и развлекательных задач, при установке на грамотную речь всех участников. В целом сверхзадача канала состоит в вовлечении подростков во взаимодействие с миром взрослых через системную медиакоммуникацию в том ракурсе, который важен для воспитания государством развитой, нравственной личности и ответственного гражданина.

Увеличение количества программ, системно ориентированных в коммуникативно-прагматическом аспекте 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.

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 ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### *Нормативно-правовые акты*

1. 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/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/) (дата обращения: 20.05.2023).
2. Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (последняя редакция) [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_108808/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/) (дата обращения: 20.05.2023).
3. Федеральный закон от 5 мая 2014 г. «О внесении изменений в Федеральный закон № 101-ФЗ “О государственном языке Российской Федерации”» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_162558/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162558/) (дата обращения 01.05.2023).
4. 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 23.09.2024).
5. Федеральный закон от 03.04.2023 № 105-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации”» [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202304030016> (дата обращения: 05.04.2025).

***Справочная литература и регламентирующие документы***

6. Медиаобразование в школе: сборник программ для преподавания дисциплин / под ред. Е. Л. Вартановой, О. В. Смирновой. – М.: Медиа-Мир, 2010. – 320 с.

***Книги***

7. Асмолов А. Г., Пастернак Н. А. Ребенок в культуре взрослых / А. Г. Асмолов, Н. А. Пастернак. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 150 с.
8. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской]. – М.: Республика: Культурная революция, 2006. – 268 с.
9. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. – М.: МедиаМир, 2013. – 275 с.
10. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е. Л. Вартанова. – М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 224 с.
11. Гегелова Н. С. Жанры телевизионной журналистики: учебное пособие / Н. С. Гегелова. М.: РУДН, 2020. – 116 с.
12. Гегелова Н. С. Культурная миссия телевидения / Н. С. Гегелова. – М.: Российский университет дружбы народов, 2011. – 264 с.
13. Гегелова Н. С. Российское телевидение: годы реформ / Н. С. Гегелова, А. А. Грабельников. – М.: Российский университет дружбы народов, 2022. – 225 с.
14. Грабельников А. А. Система средств массовой информации. Библиографический справочник / А. А. Грабельников. – М.: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2013. – 708 с.
15. Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: история и современность / А. А. Грабельников, Н. С. Гегелова. – М.: Директ-медиа, 2021. – 376 с.
16. Журин А. А. Интегрированное медиаобразование в средней школе / А. А. Журин. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – 405 с.

17. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М., 1992.
18. Ле-ван Т. Н. Здоровье ребенка в современной информационной среде / Т. Н. Ле-ван. – М.: Форум, 2022. – 224 с.
19. Маркелова Т.В. Прагматика и семантика средств выражения оценки в русском языке: монография / Т. В. Маркелова М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2013. - 300 с.
20. Петрунько А. В. Дети и медиа: социализация в агрессивной медиасреде: монография / А. В. Петрунько. – Нежин, 2011. – 480 с.
21. Плешаков В. А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а: монография / В. А. Плешаков. – М.: МПГУ, Прометей, 2012. – 2011 с.
22. Рысин Ю. С. Социально-информационные опасности телерадиовещания и информационных технологий / Ю. С. Рысин. – М: Гелеос АРВ, 2014. – 272 с.
23. Свитич Л. Г., Ширяева А. Ю. Журналистское образование: взгляд социолога / Л. Г. Свитич, А. Ю. Ширяева; под. ред. проф. Я. Н. Засурского. – М.: Издательство ИКАР, 2012. – 510 с.
24. Трофимова, Г.Н., Барабаш В.В. Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакommunikации): монография. Москва: РУДН, 2020.
25. Тулупов В. В. Медиакommunikации в современном мире: учебное пособие. / Тулупов В.В., Колесникова В.В., Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н., Шестерина А.М., Цуканова М.И., Попов С.А., Щекина И.А., Курганова Е.Б., Жолудь Р.В., Ендовицкий Д.А., Шамаев В.Г. // Воронеж, 2021.
26. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Федоров. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.
27. 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.

28. Buckingham D. Media Education: Literacy, Learning, and Contemporary Culture / D. Buckingham. – Polity Press Cambridge, 2003. – 219 p.
29. Buckingham D. Watching Media Learning. Making Sense of Media Education. – London, New York, Philadelphia: The Falmer Press, 1990. – 234 p.
30. Comstock G., Scharre E. Media and the American Child / G. Comstock, E. Scharre. – Academic Press, 2007. – 392 p.
31. Fisch S. M. Children's learning from educational television: Sesame Street and beyond / S. M. Fisch. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – 238 p.
32. Masterman L. Teaching the Media / L. Masterman. – London: Comedia Publishing Group, 1985. – 341 p.
33. Meyrowitz J. No sense of place: The impact of electronic media on social behavior / J. Meyrowitz. – N.Y.: Oxford University Press, 1985. – 416 p.
34. Morsy Z. Media education / Z. Morsy. – France, UNESCO, 1985. – 406 p.
35. Pieper Ch. Cultural Dimensions / Ch. Pieper // L. R. Kurtz (Ed.). Encyclopedia of Violence, Peace, & Conflict. – Academic Press, 2022. – 476 p.

### *Диссертации и авторефераты*

36. 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.
37. Гегелова Н. С. Культурно-просветительская миссия телевидения: автореф. дисс. д-ра филол. наук: 10.01.10 / Н. С. Гегелова. – М., 2012. – 31 с.
38. Гордеева Д. С. Репрезентация феномена монстра в анимации: автореф. дисс. ... канд. культур.: 24.00.01 / Д. С. Гордеева. – Саранск, 2013. – С. 5.
39. 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.
40. 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. – 23 с.
41. Ершов Ю. М. Региональное телевидение в российской медиасистеме: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Ю. М. Ершов. – М., 2012. – 405 с.
42. Змановская Н. В. Формирование медиаобразованности будущих учителей: дис. ... канд. пед. наук / Н. В. Змановская. Иркутск, 2004. – 152 с.
43. Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. / С. Н. Ильченко. М.: Академия медиаиндустрии, 2012. – 591 с.
44. 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.
45. Ковшарова Т. В. Формирование медиаобразованности старшеклассников в эколого-информационном педагогическом пространстве урока: автореф. дисс. ... канд. пед. наук / Т. В. Ковшарова. – Чита, 2006. – 21 с.
46. 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.
47. Куниченко О. В. Особенности воспитания нравственного поведения старших школьников средствами мультипликационных фильмов: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / О. В. Куниченко. – Волгоград, 2015. – 28 с.
48. Леонтьева Т. В. Визуальный образ семьи в современных российских мультипликационных фильмах (опыт социологического анализа детского восприятия): автореф. дис. ... канд. соц. наук: 5.4.4 / Т. В. Леонтьева. – М., 2022. – 28 с.
49. 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.
50. Марченко Ф. О. Историко-психологический анализ экспертизы качества образовательных программ детского телевидения: автореф. дисс. ... канд. псих. наук: 19.00.01 / Ф. О. Марченко. – М., 2012. – 26 с.
51. Молчанова Е. Н. Телевидение в культуре современного информационного общества: дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / Е. Н. Молчанова. – Ставрополь, 2005. – 149 с.
52. Проскурнова Е. Л. Методы повышения популярности новостного телевидения в условиях дигитализации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Е. Л. Проскурнова. – М., 2021. – 22 с.
53. Сагитов А. Р. Роль телевидения как социального института в социализации личности в современном обществе: дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / А. Р. Сагитов. – Уфа, 2009. – 154 с.
54. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий): дисс... канд. филол. наук: 10.02.19 / И. Г. Сидорова. – Волгоград, 2014. – 249 с.
55. 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.
56. Угольников Н. В. Интернет как институт социализации старших школьников: автореф. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Н. В. Угольников. – М., 2012. – 25 с.
57. Усов Ю. Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: дисс. ... д-ра пед. наук / Ю. Н. Усов. – М., 1989. – 362 с.
58. Хворова В. А. Медиапотребление современной молодежной аудитории: проблема формирования ценностных ориентиров: дис. ... канд. филол. наук / В. А. Хворова. – Тамбов, 2023. – 164 с.

- 59.Цао Юй. Детское телевидение в Китае: особенности программирования и контент-стратегий в цифровую эпоху: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Цао Юй. – М., 2021. – С. 19.
- 60.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.

***Результаты опросов и исследований аналитических компаний***

- 61.База данных Фонда Общественного Мнения. Опрос населения «Интернет в России» [Электронный ресурс]. URL: [www.bdfom.ru](http://www.bdfom.ru) (дата обращения 10.04.2023).
- 62.Бороздина Н. Аудитория интернета в 2022 году 22.02.2023 // Mediascope. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrlhud7t7dxyzw1rhtzxcg3rwx8deg7uk/2022\\_ИНТЕРНЕТ.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrlhud7t7dxyzw1rhtzxcg3rwx8deg7uk/2022_ИНТЕРНЕТ.pdf) (дата обращения 16.03.2024).
- 63.Бороздина Н. Медиапотребление.pdf 13.04.2023 // Mediascope. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/ee9/b91rtnqh1jf0zhalydi9jf125voo5o8e/медиапотребление.pdf> (дата обращения 02.05.2024).
- 64.Защита детей – Исследование 2021: Взрослые и дети в интернете. Цифровые привычки [Электронный ресурс]. URL: [https://kids.kaspersky.ru/article/issledovanie\\_vzroslye\\_i\\_deti\\_v\\_internete\\_cifrovye\\_privyuchki](https://kids.kaspersky.ru/article/issledovanie_vzroslye_i_deti_v_internete_cifrovye_privyuchki) (дата обращения 10.04.2024).
- 65.Медиа 2022 День Бренда Ксения Ачкасова.pdf [Электронный ресурс] // Mediascope. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/1f6/8ha9kkrstxq4eed12mn3p8s6k5sglgnn/Медиа%202022%20День%20Бренда%20Ксения%20Ачкасова.pdf>. (дата обращения: 22.01.2024).
- 66.Медиапотребление в России-2020 // Deloitte. <https://docs.yandex.ru> (дата обращения 21.01.2022).

67. Пакет отчетов «Global Digital» 2018, составленный аналитическим агентством «WeAreSocial» [Электронный ресурс]. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018/> (дата обращения 10.04.2023).
68. Пока вы ели оливье: «Лаборатория Касперского» выяснила, что искали дети в интернете в новогодние праздники [Электронный ресурс] // Лаборатория Касперского. URL: [https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2019\\_what-children-were-looking-for-on-the-internet](https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2019_what-children-were-looking-for-on-the-internet) (дата обращения 12.10.2024).
69. Цифровая экономика: 2022: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневецкий и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022. С. 46.
70. Регион: Россия 100+ Период: 01.01.2019-29.09.2019. Временной интервал: полные сутки. Целевая аудитория: 4–15 лет [Электронный ресурс] // «Mediascope», исследование «TV Index». URL: [https://mediascope.net/data/?FILTER\\_TYPE=tv](https://mediascope.net/data/?FILTER_TYPE=tv). (дата обращения: 02.12.2019).
71. Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития. Отраслевой доклад [Электронный ресурс] / под общей редакцией Е. Л. Вартановой и А. А. Широких. – М.: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, 2022. URL: <https://nat.ru/upload/medialibrary/5e7/5e7878faca6abc9bafede060cca25ad.pdf> (дата обращения: 01.05.2024).
72. CSTB\_медиапотребление.pdf [Электронный ресурс] // Mediascope. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB\\_медиапотребление.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB_медиапотребление.pdf). (дата обращения: 22.01.2024).

### *Электронные ресурсы*

73. Ачкасова К. Медиаизмерения и тренды медиапотребления [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.yandex.ru/docs> (дата обращения 29.04.2024).
74. Бесплатные кулинарные онлайн-уроки для детей в школе «Пудра»

- [Электронный ресурс]. URL: [https://pudramk-school.ru/deti\\_free](https://pudramk-school.ru/deti_free) (дата обращения 20.12.2023).
75. Бесплатные обучающие видео и уроки по физике и математике для школьников на образовательном ресурсе GetAClass [Электронный ресурс]. URL: <https://www.getaclass.ru/#features> (дата обращения 10.12.2024).
76. «Биржевой лидер» на 2017–2018 год: точка доступа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.profi-forex.org/> (дата обращения: 25.09.2023).
77. Блippi изучает животных! Блippi на Русском Изучай этот Мир вместе с Блippi Blippi [Электронный ресурс] // YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=wliXj7gLouA&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).
78. Большая перемена [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/bpcontest> (дата обращения: 20.04.2024).
79. ЮИД – Юные инспекторы движения [Электронный ресурс]. URL: <https://yuid.ru/> (дата обращения: 20.04.2024).
80. Бурухина А. Анализ лексики современных анимационных фильмов / А. Бурухина [Электронный ресурс] // Сайт Уполномоченного по правам ребенка в Свердловской области. URL: [http://www.svdeti.ru/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=315:анализ-лексики-современных-анимационных-фильмов&Itemid=688](http://www.svdeti.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=315:анализ-лексики-современных-анимационных-фильмов&Itemid=688) (дата обращения 10.01.2024).
81. ВебПроверка – отзывы о сайтах, сообщество интернет пользователей [Электронный ресурс]. URL: <https://webproverka.com/> (дата обращения 16.03.2025).
82. Вера Оболонкина: «Задача детского канала – воспитывать толерантность» [Электронный ресурс] // Кабельщик. URL: <https://www.cableman.ru/article/vera-obolonkina-zadacha-detskogo-kanala-vospityvat-tolerantnost> (дата обращения: 02.05.2022).
83. Виртуальный класс Школы программистов – обучение детей онлайн

- [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.informatics.ru> (дата обращения 10.12.2023).
84. Все анонсы программ на телеканале Карусель [Электронный ресурс]. URL: <https://www.karusel-tv.ru/announce/program> (дата обращения 12.04.2023).
85. Всероссийская онлайн – медиашкола [Электронный ресурс]. URL: <https://onlinemediaschool.ru/> (дата обращения: 15.05.2024).
86. Газета Коммерсантъ № 225 (7426) от 03.12.2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5705387> (дата обращения 05.04.2024).
87. Движение Первых [Электронный ресурс]. URL: [https://vk.com/rddm\\_official](https://vk.com/rddm_official) (дата обращения: 20.04.2024).
88. Делай сам – Детская столярная мастерская [Электронный ресурс]. URL: <https://delaisam30.ru/> (дата обращения 20.12.2024).
89. Детский сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://lifebabies.ru/> (дата обращения 23.01.2024).
90. Детский Центр [Электронный ресурс] // 7spsy. URL: <https://7spsy.com/service/detskij-centr-vospitannuj-rebenok> (дата обращения 23.09.2024).
91. Дистанционное образование для школьников и детей в интерактивной форме [Электронный ресурс] // Учи.ру. URL: <https://uchi.ru/> (дата обращения 10.12.2024).
92. Карусель: точка доступа [Электронный ресурс]. URL: <https://www.karusel-tv.ru/>.
93. Кинопоиск. URL: <https://hd.kinopoisk.ru/> (дата обращения 12.12.2023).
94. Маховская О. «Экранное поколение»: искаженная картина мира? [Электронный ресурс] / О. Маховская // Наша Психология. – URL: <https://www.psyh.ru/ekrannoe-pokolenie-iskazhennaya-kartina-mira/> (дата обращения: 10.05.2023).
95. МетаШкола – Интернет-кружки и олимпиады для школьников [Электронный ресурс]. URL: <https://metaschool.ru/> (дата обращения 10.12.2023).

96. Мультсериал «Маша и Медведь» перевели на 25 языков [Электронный ресурс] // Новости Министерства культуры Российской Федерации. – URL: [https://culture.gov.ru/press/news/multserial-masha-i-medved-sozdannyu-pri-podderzhke-minkultury-rossii-pereveli-na20171006164343/?sphrase\\_id=754498](https://culture.gov.ru/press/news/multserial-masha-i-medved-sozdannyu-pri-podderzhke-minkultury-rossii-pereveli-na20171006164343/?sphrase_id=754498) (дата обращения: 05.04.2024).
97. «Навигатор. Новости» описание и видео – смотреть на канале Карусель [Электронный ресурс]. URL: [https://www.karusel-tv.ru/announce/15206-navigator\\_novosti](https://www.karusel-tv.ru/announce/15206-navigator_novosti) (дата обращения: 03.04.2024).
98. Наш КОТЁНОК новый питомец у Насти и Саши КАК назвать Первые покупки ВЛОГ [Электронный ресурс] // YouTube Детям. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=Jp10eUzQsD4&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).
99. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <https://ruscorpora.ru> (дата обращения 20.09.2023).
100. «НЭБ Свет» мобильное приложение: каталог [Электронный ресурс]. URL: <https://svetapp.rusneb.ru/catalog> (дата обращения 23.09.2024).
101. Образавр. Бесплатные уроки, тесты, тренажёры и карточки [Электронный ресурс]. URL: <https://obrazavr.ru/> (дата обращения 10.12.2024).
102. Онлайн-курс по шитью для детей от школы шитья «Мама шила малышу» [Электронный ресурс]. URL: <https://school.mamashilamalishu.ru/shitkakmama> (дата обращения 20.12.2024).
103. Онлайн-обучение в шахматной школе для детей. Спортивная шахматная онлайн-школа для начинающих [Электронный ресурс]. URL: <https://chessfirst.online/> (дата обращения 12.12.2024).
104. Онлайн-школа блогеров для детей, курсы блогеров, обучение блоггингу [Электронный ресурс] // Rebotica. URL: <https://rebotica.ru/blogger> (дата обращения: 15.05.2024).
105. Онлайн-школа для детей. Дистанционное обучение для школьников. Онлайн-обучение [Электронный ресурс] // Onlineschool-1. URL:

- [https://onlineschool-1.ru/?utm\\_source=shkolnik&utm\\_medium=publication&utm\\_campaign=partner](https://onlineschool-1.ru/?utm_source=shkolnik&utm_medium=publication&utm_campaign=partner) (дата обращения 10.12.2024).
106. Онлайн-школа программирования для детей Skysmart Pro в Москве и России [Электронный ресурс]. URL: [https://skysmart.ru/programmirovanie-dlya-detej?utm\\_content=feededucation](https://skysmart.ru/programmirovanie-dlya-detej?utm_content=feededucation) (дата обращения 12.12.2024).
107. Онлайн-школа шахмат для детей от 4 лет [Электронный ресурс]. URL: <https://онлайнинтеллект.рф> (дата обращения 12.12.2024).
108. ОТРажение. Детям. Программы // ОТР – Общественное Телевидение России [Электронный ресурс]. URL: <https://otr-online.ru/programmy/otrazhenie-detyam/> (дата обращения: 03.04.2024).
109. Пингвин рисунок для детей // YouTube Детям [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=OyU4sdwjzsc&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).
110. Полезная еда или жидкая // YouTube Детям [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=wa3ZIVHNMI&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).
111. Программа передач телеканала СТС – расписание на сегодня, завтра, неделю [Электронный ресурс]. URL: <https://ctc.ru/programm/> (дата обращения 29.04.2024).
112. Развивающие игры для детей 3-4-5 лет // 345-games.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://345-games.ru/> (дата обращения 23.10.2024).
113. Развлечёба. Учим греческий за 25 сек #shorts // YouTube Детям [Электронный ресурс]. URL: [https://www.youtubekids.com/watch?v=eDtlSt4Fz6A&list=UUiR\\_DVo6Zf7Pye92bPLTOSQ&hl=ru](https://www.youtubekids.com/watch?v=eDtlSt4Fz6A&list=UUiR_DVo6Zf7Pye92bPLTOSQ&hl=ru) (дата обращения 10.04.2024).
114. РДДМ «Движение Первых» [Электронный ресурс]. URL: <https://будьвдвижении.рф/news> (дата обращения 23.09.2024).
115. Рекомендованные // YouTube Детям [Электронный ресурс]. URL:

- <https://www.youtubekids.com/?hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).
116. Российская электронная школа [Электронный ресурс]. URL: <https://resh.edu.ru/about> (дата обращения 10.12.2024).
117. Русские сериалы про подростков: список лучших, смотреть онлайн // Кино Mail.ru [Электронный ресурс]. URL: [https://kino.mail.ru/series/selection/3730\\_rossiiskie\\_seriali\\_pro\\_podrostkov/](https://kino.mail.ru/series/selection/3730_rossiiskie_seriali_pro_podrostkov/) (дата обращения 12.12.2024).
118. Сайт о животных // Зооклуб, портал про домашних и диких животных [Электронный ресурс]. URL: <https://zooclub.ru/> (дата обращения 10.12.2024).
119. Сайт проектов Фонда Развития Интернет // Дети России онлайн [Электронный ресурс]. URL: <http://detionline.com/> (дата обращения 23.09.2024).
120. Сериал САШАТАНЯ смотреть онлайн в хорошем качестве [Электронный ресурс]. URL: <https://sashatanya.tnt-online.ru/> (дата обращения 15.05.2024).
121. Скайфорд – онлайн-школа иностранных языков по скайпу [Электронный ресурс]. URL: <https://skyford.ru/> (дата обращения 10.12.2022).
122. Статистика YouTube канала Like Nastya. Рейтинг YouTube каналов [Электронный ресурс]. URL: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCJplp5SjeGSdVdwsfb9Q7lQ> (дата обращения 23.04.2024).
123. Строим секретные домики для животных // YouTube Детям [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtubekids.com/watch?v=gSTr4fKD7lI&hl=ru> (дата обращения 10.04.2024).
124. Талантикум – онлайн занятия для детей от 2 лет [Электронный ресурс]. URL: <https://talantikum.com/#advantages> (дата обращения 20.12.2024).
125. Телепрограмма ТНТ на 2 мая 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://tvprogram.tnt-online.ru/2023-05-02.htm> (дата обращения 15.05.2023).

126. Телепрограмма ТНТ на 11 мая 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://tvprogram.tnt-online.ru/2023-05-11.htm> (дата обращения 15.05.2023).
127. Топ 100 популярных ютуб каналов. Рейтинг YouTube каналов [Электронный ресурс]. URL: <https://tuberank.ru/> (дата обращения 23.04.2023).
128. УчительПРО [Электронный ресурс]. URL: <https://uchitel.pro/> (дата обращения 10.12.2022).
129. Химия – Просто // YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCRzZSsz5JlSfN6Ba164vqVCg/featured> (дата обращения 10.12.2024).
130. Художественная онлайн-школа с академической программой и дипломом [Электронный ресурс]. URL: <https://hudozhka.online/#1#content-1> (дата обращения 10.12.2023).
131. Что смотрят дети: Триколор назвал самые популярные мультфильмы и телеканалы // Официальный сайт Триколора [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.tricolor.tv/pubs/chto-smotryat-deti-trikolor-nazval-samyepopulyarnye-multfilmy-i-telekanaly/> (дата обращения: 06.04.2024).
132. Школа блогеров Звёзды для детей онлайн [Электронный ресурс]. URL: <https://blogger.online/> (дата обращения: 15.05.2024).
133. Школа телерадиоведущих [Электронный ресурс]. URL: <https://school.radiokids.fm/courses/online/> (дата обращения: 15.05.2024).
134. ЮНАРМИЯ [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/un.armia> (дата обращения: 20.04.2024).
135. ACADEMIA // Канал Культура YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCR06zdhHCypqnO4s7lpGMAg> (дата обращения 10.01.2023).
136. Cabar School [Электронный ресурс]. URL: <https://school.cabar.asia/ru/o-proekte/> (дата обращения: 15.05.2024).
137. “Digital Media and Marketing Principles” University of Illinois at Urbana-Champaign [Электронный ресурс]. URL:

- <https://www.coursera.org/learn/digital-marketing> (дата обращения: 15.05.2024).
138. El School – Онлайн-школа 1–11 класс [Электронный ресурс]. URL: <https://el-school.online/> (дата обращения 10.12.2023).
139. Fanfics.me [Электронный ресурс]. URL: [https://fanfics.me/fandoms\\_rating](https://fanfics.me/fandoms_rating) (дата обращения 22.12.2023).
140. GeekBrains – образовательный портал [Электронный ресурс]. URL: <https://gb.ru/> (дата обращения 12.12.2023).
141. Google [Электронный ресурс]. URL: <https://www.google.ru/> (дата обращения 12.12.2023).
142. Kids Diana Show и Kids Roma Show [Электронный ресурс] // Википедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Kids\\_Diana\\_Show\\_и\\_Kids\\_Roma\\_Show](https://ru.wikipedia.org/wiki/Kids_Diana_Show_и_Kids_Roma_Show) (дата обращения 23.04.2024).
143. Logopotam [Электронный ресурс]. URL: <https://logopotam.ru/>; Novator. URL: <https://www.novatorkids.ru/> (дата обращения 10.12.2023).
144. “Media and Society” от Duke University [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org/learn/media-society> (дата обращения: 15.05.2023).
145. “Media and Digital Literacy” University of Toronto [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org/learn/media-digital-literacy> (дата обращения: 15.05.2023).
146. “Media Ethics and Governance” University of Amsterdam [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org/learn/media-ethics-governance> (дата обращения: 15.05.2023).
147. MediaSchool – образовательные программы [Электронный ресурс]. URL: <https://mediasc.ru/programs> (дата обращения: 15.05.2024).
148. Yes online. Школа иностранных языков, 5+ (Россия) [Электронный ресурс]. URL: <https://yes-online.ru/> (дата обращения 10.12.2024).
149. 5 хороших курсов видеоблогинга для детей [Электронный ресурс]. URL: <https://www.afisha.ru/article/5-horoshih-kursov-videobloginga-dlya-detey/>

(дата обращения: 15.05.2024).

150. 10 лучших сериалов про подростков и школу [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.okko.tv/selections/prosto-trudnyj-voznrast-10-rossijskikh-serialov-pro-podrostkov> (дата обращения 12.12.2023).
151. 24 русских сериала про подростков, которые стоит посмотреть [Электронный ресурс]. URL: <https://podborkino.com/russkie-serialy-pro-podrostkov> (дата обращения 12.12.2023).
152. 100 лучших русских сериалов про подростков [Электронный ресурс]. URL: <https://likefilmdb.ru/list/russkie-serialy-pro-podrostkov/> (дата обращения 20.01.2024).

### ***Статьи***

153. Адамьянц Т. З. Дети в современной социокультурной среде // Т. З. Адамьянц // Россия реформирующаяся. – 2009. – № 8. – С. 404–417.
154. Адамьянц Т. З. Социоментальная личность (Опыт изучения «картин мира» современных подростков) / Т. З. Адамьянц // Мир психологии. – 2012. – № 3(71). – С. 163–173.
155. Адольф В. А., Трусей И. В., Кужугет А. А. Цифровая трансформация образования: безопасность и пути ее обеспечения / В. А. Адольф, И. В. Трусей, А. А. Кужугет // Проблемы современного образования. – 2022. – № 5. – С. 53–66
156. Алгави Л.О. Сетевое литературное творчество молодежи как ключ к понимаю поколения Z / Алгави Л.О., Волкова И.И., Кадырова Ш.Н., Расторгуева Н.Е. // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. М. - 2021, № 3, с. 3-21
157. Алешкин Н. И., Щукина И. А. Влияние мультипликационных фильмов агрессивного содержания на поведение детей дошкольного возраста / Н. И. Алешкин, И. А. Щукина // Сибирский психологический журнал. – 2002. – № 16–17. – С. 56–61.

158. Аманбаева С. Советский мультфильм «Крошка Енот» (1974) и американская сказка Лилиан Мур «Маленький Енот и тот, кто сидит в пруду» (1963) / С. Аманбаева // Детские чтения. – 2020. – Т. 17, № 1. – С. 266-300. DOI 10.31860/2304-5817-2020-1-17-266-300.
159. Багрызлова Д. В. Информатизация образовательного процесса как форма социальных трансформаций в сфере образования: детская мультипликация как новая ИКТ-технология / Д. В. Багрызлова // Социальные трансформации. – 2022. – № 33. – С. 93–102.
160. Байриева А. Э. Гендерные модели в зарубежных и отечественных мультипликационных фильмах / А. Э. Байриева // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2019. – № 1 (3). – С. 406–415.
161. Блюх Е. А. Развитие медиакомпетенций детей и подростков посредством телевидения / Е. А. Блюх // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2016. – № 5 (22). – С. 12–17.
162. Богданова Д. А. Информационный мир: новые игрушки / Д. А. Богданова // Школьные технологии. – 2018. – № 1. – С. 15–19.
163. Возрастные особенности восприятия мультфильмов дошкольниками / Е. О. Смирнова, М. В. Соколова, Н. Ю. Матушкина, С. Ю. Смирнова // Вопросы психологии. – 2014. – № 5. – С. 33–45.
164. Брызгалова Е.Н. Коммуникативно-прагматические характеристики заголовочного комплекса в издании «Коммерсант» [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2024, № 1. – С. 77–88. Режим доступа: [www.tverlingua.ru](http://www.tverlingua.ru)
165. Волкова И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве / Волкова И. И. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. М. – 2017. № 2. – С. 312-320.
166. Гегелова Н. С. Становление журналистики в сети Интернет / Н. С. Гегелова, А. А. Исмаилова // Известия Уральского федерального

- университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2018. – Т. 24, № 3(177). – С. 47–52.
167. Глухова М. Е. Стереотипы внешности в современной детской российской анимации / М. Е. Глухова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2018. – Т. 11, № 1. – С. 135.
168. Грабельников А.А. Развивающая журналистика в отечественных СМИ / Грабельников А.А. // Русская журналистика: история и современность. – М.: РУДН, 2019. – С. 490–509.
169. Громова К. В. Основные требования к медиаконтенту для детей школьного возраста (школьников) / К. В. Громова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 3/2. – С. 207–211.
170. Грядунова Е. А. Духовно-нравственное воспитание средствами искусства / Е. А. Грядунова // Наука и практика в образовании: электронный научный журнал. – 2021. – № 3(5). – С. 15–24. DOI 10.54158/27132838\_2021\_3\_15.
171. Губанова А. Ю. Интернет в детском лагере / А. Ю. Губанова // Народное образование. – 2013. – № 3. – С. 76–79.
172. Губанова А. Ю. Медиаконтент для детей как элемент образовательного процесса / А. Ю. Губанова // Медиаобразование. – 2017. – № 2. – С. 152–169.
173. Добричева А. Д. Использование переводческих трансформаций в переводе песен с русского языка на английский в мультипликационных фильмах (на материале сериала «Маша и медведь» / Швец В. М., Добричева А. Д. // Вопросы межкультурной коммуникации и зарубежной литературы в свете современных исследований. – 2022. С. 261 – 268.
174. Добросклонская Т.Г. Медиатекстология: системный подход к изучению форматно-жанрового разнообразия современной медиаречи/ Т. Г. Добросклонская, Н. Б. Смольская. М.: МГУ, 2023. С. 118 – 135
175. Дятлова А. Е. Инфоцыгане vs. Журналисты: кто победит? /

- А. Е. Дятлова // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения: статьи участников ежегодного апрельского научного форума, Санкт-Петербург, 21–22 апреля 2022 года. Том 1. – Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир», 2022. – С. 101–102.
176. Елистратов В. С., Потемкина Е. В., Ружицкий И. В. Мультипликация как феномен русской культурной памяти: лингводидактические аспекты / В. С. Елистратов, Е. В. Потемкина, И. В. Ружицкий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. – 2021. – № 4. – С. 108–118. DOI 10.18384/2310-7219-2021-4-108-118.
177. Еникеева Л. А., Стельмашонок Е. В., Порохов Э. А. Анализ состояния и развития типологии современной аудитории российского телевидения / Л. А. Еникеева, Е. В. Стельмашонок, Э. А. Порохов // Петербургский экономический журнал. – 2020. – № 2. – С. 92–97. DOI 10.24411/2307-5368-2020-10011.
178. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография / И. В. Жилавская. – Москва: МПГУ, 2018. – 213 с.
179. Жилавская И. В. Школьные медиа. Оставим СМИ взрослым? / И. В. Жилавская // Медиаобразование в российских школах: новые концепции и подходы: сборник материалов межрегион. науч.-практ. конференции. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. – С. 35–38.
180. Жирикова А. А., Сычев А. В. Детские общественные организации как элемент института гражданского общества современной России: социологический анализ / А. А. Жирикова, А. В. Сычев // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». – 2013. – № 2 (103). – С. 191–201.
181. Жотин Чжао Ян. Повышенное внимание к ребенку и повышение качества детского телеконтента (на примере программы «Дерево мудрости») / Жотин Чжао Ян // Вестник радио и телевидения КНР. – 2011. – № 6. – С. 59–60. (на кит. яз.)

182. Залевская Е. Н. Критический анализ передач современного детского телевидения (российские телеканалы «Теленяня» и «Бибигон») / Е. Н. Залевская // Современная журналистика: тенденции и особенности развития: сборник материалов Международной научно-практической конференции, Москва, 24–25 декабря 2009 года. – М.: Институт гуманитарного образования и информационных технологий, 2009. – С. 246–253.
183. 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.
184. Ильченко С.Н. «Разговорные» форматы в отечественном телеэфире: мода или необходимость? // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч. – практ. конф. – М.: Фак журн. МГУ, 2024. – 770 с., с. 186-187.
185. Интерес подростков к просмотру телевизионных сериалов как психолого-педагогическая проблема / М. А. Аникина, Л. М. Туранова, Г. В. Дядькин, А. М. Сяглова // Глобальный научный потенциал. – 2019. – № 12(105). – С. 62–66.
186. Исаева М. В., Логинова А. А., Шатрова О. А. Технология разработки детских образовательных интернет-ресурсов / М. В. Исаева, А. А. Логинова, О. А. Шатрова // Технологии и качество. – 2018. – № 4(42). – С. 35–39.
187. Карабанов А. А. Субкультура детства в современном сетевом пространстве: проблемное поле исследования / А. А. Карабанов // Национальная ассоциация ученых. – 2021. – № 65-3. – С. 19–21.
188. Каштанова С. Н. Использование логопедической мультипликации в формировании эмоциональной лексики у старших дошкольников с общим недоразвитием речи / С. Н. Каштанова, И. Н. Курочкина // Проблемы современного педагогического образования. – 2021. – № 72-3. – С. 155–158.

189. Ключевская О. С. Отечественное детское телевидение: к вопросу ретроспективной периодизации / О. С. Ключевская // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2020. – № 39. – С. 331–344. DOI:<https://doi.org/10.18413/2712-7451-2020-39-3-331-344>.
190. Князев А. А., Мурюкина Е. В. Медиаобразование как средство нравственного воспитания подростков: практический аспект / А. А. Князев, Е. В. Мурюкина // Медиаобразование. – 2017. – № 2. – С. 74–85.
191. Кодубец Н. В. Медиаобразованность как значимое качество личности учащегося / Н. В. Кодубец // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2015. – № 1. – С. 39–50.
192. Коломиец В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе / В. П. Коломиец // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 58–66.
193. Копылова О. Ю. Влияние телевидения на формирование детского мышления и восприятия мира / О. Ю. Копылова // Вестник академии управления и производства. МГУ. – 2023. С. 266-275.
194. Костюченкова М. В. Интернет-ресурсы как важнейшее средство формирования личности ребенка / М. В. Костюченкова // Культурно-образовательная деятельность библиотек и музеев в региональных измерениях: материалы международной научно-практической конференции, Смоленск, 10 февраля 2015 года. – Смоленск: Смоленский государственный институт искусств, 2015. – С. 291–294.
195. Коханая О. Е., Головин Ю. А. Цифровые медиа как мощный фактор воздействия на поведение детей и подростков / О. Е. Коханая, Ю. А. Головин // Челябинский гуманитарий. – 2021. – № 4(57). – С. 28–37. DOI [10.47475/1999-5407-2021-10404](https://doi.org/10.47475/1999-5407-2021-10404).
196. Коханова Л. А. Становление взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества / Л. А. Коханова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2018. – № 1. – С. 121–127.

197. Коханова Л. А., Головки С. Б., Аблехарова Д. И. Роль школьных медиацентров в профессиональной ориентации детей и подростков / Л. А. Коханова, С. Б. Головки, Д. И. Аблехарова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 4(26). – С. 123–132.
198. Кыштымова И. М., Кыштымова Е. С. Развивающий потенциал медиапространства / И. М. Кыштымова, Е. С. Кыштымова // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. – 2019. – Т. 27. – С. 64–65. DOI 10.26516/2304-1226.2019.27.58.
199. Лазарева О. О. Влияние телевидения на эмоции и поведение ребенка / О. О. Лазарева // Научный форум: Педагогика и психология: сб. ст. по материалам V междунар. заочной науч.-практ. конф. – 2017. – № 3(5). – С. 75–91.
200. Леонтьева Т. В., Долгорукова И. В. Детская мультипликация как фактор социального здоровья семьи / Т. В. Леонтьева, И. В. Долгорукова // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2021. – Т. 29, № 5. – С. 1152–1155. DOI 10.32687/0869-866X-2021-29-5-1152-1155.
201. Ли Х. Лингводидактический потенциал советских мультфильмов на уроках русского языка как иностранного / Х. Ли // Проблемы современного педагогического образования. – 2022. – № 74-4. – С. 157–161.
202. Лизунова И. В. Современное медиапотребление: модификации сущностных характеристик / И. В. Лизунова // Манускрипт. – 2016. – № 10 (72). – С. 120–124.
203. Львова Е. Н. Гуманистический потенциал электронных платформ в дистанционных культурно-образовательных практиках / Е. Н. Львова // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2021. – Т. 223. – С. 145–155.
204. Люликова А. В. От информационной грамотности к медиакомпетентности: приоритетный вектор развития педагогического

- образования в России / А. В. Люликова // Гуманитарные науки (г.Ялта). – 2020. – № 4(52). – С. 36–414.
205. Максимова Н. В. Специфика читательского адреса детских интернет-журналов / Н. В. Максимова // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – № 4 (77). – С. 447–450.
206. Маркелова Т. В. Культура речи в контексте языковой личности и ее речевого портрета / Маркелова Т. В. // Язык и актуальные проблемы образования. Материалы Международной научно-практической конференции. М. – 2018. С. 116-119.
207. Маркелова Т. В. Словообразовательная семантика в языковой игре: оценка и эмоция / Маркелова Т. В., Петрушина М. В. // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2021. №2. С. 35-48.
208. Маркелова Т. В. Языковая игра как основа интернет-мема: оптимизация коммуникации в социальных сетях / Маркелова Т. В., Петрушина М. В. // Язык и речь в интернете: личность, общество, коммуникация, культура. М.: - 2018. Т. 2. С. 85-94.
209. Марсавина Е. А. Особенности развития современных детских радиостанций в Интернете (на примере отечественных детских онлайн-радиостанций) / Е. А. Марсавина // Медиасреда. – 2017. – № 12. – С. 184–193.
210. Маслакова М. В. Безопасный интернет: среда развития электронных информационных и образовательных ресурсов для школьников / М. В. Маслакова // Потенциал библиотеки в современном мире: трансформации, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Самара, 25 мая 2021 года. – Самара: Самарский государственный институт культуры, 2021. – С. 83–89.
211. Матвеева Л. В., Петракова Е. Е. Значимый другой в телевизионном общении / Л. В. Матвеева, Е. Е. Петракова // Известия Иркутского

- государственного университета. Серия: Психология. – 2014. – № 9. – С. 39–56.
212. Михненко П. А., Заикина П. Н. Госпрограмма «Информационное общество»: проблемы формирования актуальной информационной среды / П. А. Михненко, П. Н. Заикина // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 1. – С. 6–24.
213. Мосинцев Д. Д. Кино как инновационный инструмент профилактики и коррекции девиантного поведения у подростков / Д. Д. Мосинцев, М. В. Староверова, И. М. Блинцова // Молодёжь Сибири – науке России: Материалы международной научно-практической конференции, Красноярск, 27 апреля 2022 года / сост. Л.М. Ашихмина. Том II. – Красноярск: Сибирский институт бизнеса, управления и психологии, 2022. – С. 60–63.
214. Мурзина Е. В. Медиапотребление в условиях трансформации современного общества / Е. В. Мурзина // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2020. – № 5 (68). – С. 228–235.
215. Мыгаль М. С. Программная политика детских каналов в России: особенности распределения телевизионного контента в сетке вещания, жанрово-тематический состав, целевая аудитория / М. С. Мыгаль // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2014. – Т. 22, № 13 (184). – С. 223–233.
216. Мыгаль М. С. Проблемы детского телевидения в России / М. С. Мыгаль // Science Time. – 2016. – № 2 (26). – С. 420–426.
217. Павлушкина Н. А., Тепляшина А. Н. Научно-популярные медиа для детей: адаптация в цифровой среде / Н. А. Павлушкина, А. Н. Тепляшина // Динамика медиасистем. – 2023. – Т. 3, № 1. – С. 226–236.
218. Наговицина Т. А. К вопросу о детском телевидении / Т. А. Наговицина // Сборник трудов конференции Современное телевидение: между

- национальным и глобальным // Казань. – 2018. С. 80-84.
219. Николаева Е. В., Охлопкова И. И. Влияние мультипликационных фильмов на агрессивное поведение детей старшего дошкольного возраста / Е. В. Николаева, И. И. Охлопкова // Международный научный вестник. – 2016. – № 6. – С. 116.
220. Петракова Т. И. К вопросу о путях повышения роли информационно-коммуникативных технологии в духовно-нравственном воспитании подростка / Т. И. Петракова // Символ науки. – 2019. – № 8. – С. 39.
221. Петрова Т. Н. Медиацентр как инновационное структурное подразделение современной школы / Т. Н. Петрова, М. А. Жукова // Начальная школа: проблемы и перспективы, ценности и инновации: Сборник статей по материалам XIV Всероссийской научно-практической конференции, Йошкар-Ола, 25 февраля 2022 года. – Йошкар-Ола: Марийский государственный университет, 2022. – С. 32–36.
222. Печерская Э. П., Меркулова Д. Ю. Дошкольники в сети интернет / Э. П. Печерская, Д. Ю. Меркулова // Теория и практика общественного развития. 2013. № 10. С. 76.
223. Плешаков В. А., Угольников Н. В. Социализация старших школьников в Интернете как проблема педагогики / В. А. Плешаков, Н. В. Угольников // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=7018> (дата обращения: 22.04.2022).
224. Поливанов А. В. Пранк как новая форма девиантного поведения / А. В. Поливанов // Алтайский юридический вестник. – 2021. – № 3(35). – С. 98–103.
225. 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>.

226. Потапова Е. Н. Роль эмансипации и феминизации в формировании женского образа на примере анимации «The Walt Disney Company» / Е. Н. Потапова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 5-3 (71). – С. 130–133.
227. Прус И. В. «От тупого быдла в Интернете до нового героя протестов: дисфемизм школота и репрезентация подросткового участия в публичной сфере» / И. В. Прус // Шаги/Steps. – 2023. – Т. 9, № 1. – С. 163–184.
228. Реброва А. Д., Гегелова Н. С. Словотворчество в речи героини мультипликационного сериала «Маша и Медведь» / А. Д. Реброва, Н. С. Гегелова // Научный диалог. – 2023. – Т. 12, № 1. – С. 170–184. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-10-170-185.
229. Серебренникова Ю. А., Муродходжаева Н. С. Педагогический потенциал детской мультипликации в современном образовании / Ю. А. Серебренникова, Н. С. Муродходжаева // Известия института педагогики и психологии образования. – 2020. – № 3. – С. 47–52.
230. Сивкова О. М. Образовательный процесс и инфоцыганство: антагонизм и точки соприкосновения / О. М. Сивкова // Стратегии межкультурного взаимодействия в контексте мирового образовательного пространства: Опыт и перспективы: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Ижевск, 28 ноября 2022 года. – Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2022. – С. 134–137.
231. Симакова С. И., Горяйнова А. В. Организация конкурсов журналистского мастерства как основа формирования медиаграмотности школьников / С. И. Симакова, А. В. Горяйнова // Информационное поле современной России: практики и эффекты: сб. материалов IX Междунар. науч.- практ. конф. (Казань, 18–20 октября 2012 г.): в 2 т. Т. 2. – Казань, 2012. – С. 280–290.
232. Симакова С. И. Формирование медиаграмотности как способ формирования социокультурного пространства / С. И. Симакова //

- Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 9–11 февраля 2013 г.). – М., 2013. – С. 204–205.
233. Собкин В. С., Хлебникова М. В., Грачева А. М. Насилие и эротика на российском экране: опыт контент-анализа телевизионных трансляций / В. С. Собкин, М. В. Хлебникова, А. М. Грачева // Образование и информационная культура: социологические аспекты. Труды по социологии образования. – 2000. – Т. V, вып. VII. – 138–161.
234. Соколова М. В., Мазурова М. В. Герои современных фильмов в играх и игрушках дошкольников / М. В. Соколова, М. В. Мазурова // Культурно-историческая психология. – 2015. – Т. 11. – № 2. – С. 80–85.
235. Солдатова Г. У., Чигарькова С. В., Илюхина С. Н. Я-реальное и Я-виртуальное: идентификационные матрицы подростков и взрослых / Г. У. Солдатова, С. В. Чигарькова, С. Н. Илюхина // Культурно-историческая психология. – 2022. – Т. 18, № 4. – С. 27–37. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2022180403>.
236. Сухорукова Е. В. Медиабезопасность образовательного пространства / Е. В. Сухорукова // Актуальные проблемы экопрофилактики в образовательной среде: сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 10-летию научно-практической концепции «Экопрофилактика», Саратов, 10–11 сентября 2021 г. – Саратов: Саратовский источник, 2021. – С. 231–236.
237. Телевидение и дети: любовь без взаимности // MediaTrends: Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ. – 2013. – № 2 (39). – С. 6.
238. Теоретические аспекты изучения медиапотребления Российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения / Дунас Д. В., Варганов С. А., Кульчицкая Д. Ю., Салихова Е. А., Толоконникова А. В. // Вестник Московского университета. Серия 10.

- Журналистика. – 2019. – № 2. – С. 3–28.
239. Трофимова Г. Н. Подкастинг для детей в условиях современной медиакommunikации / Трофимова Г. Н., Беркут А. Д. // Медиаскоп. М.: - 2023. С. 6.
240. У Булин, Дун Ди. Исследование вопроса инноваций в детских программах в рамках медиаконвергенции / У Булин, Дун Ди Б // Сила коммуникации. – 2019. – № 22. – С. 78. (на кит. яз.)
241. Фатеева И. А. Что такое медиабезопасность и как она соотносится с информационной безопасностью? / И. А. Фатеева // Экология медиасреды: матер. III Открытой межвуз. науч.-практ. конф., Москва, 27 апреля 2018 года. – М.: Московский пед. гос. ун-т, 2018. – С. 98–107.
242. Федосов А. Ю., Молитвослова Н. Н. Коррекция и развитие эмоционально-волевой сферы младших школьников методом компьютерной мультипликации во внеурочной деятельности / А. Ю. Федосов, Н. Н. Молитвослова // Герценовские чтения. – Начальное образование. – 2022. – Т. 13, № 1. – С. 15–22.
243. Харитонов С. В. Контент-стратегия белорусских медиа для детей в социальных сетях / С. В. Харитонов // Филология и человек. – 2022. – № 3. – С. 179–187.
244. Хасанова А. Р. Мультфильмы о Винни-Пухе как источнике крылатых выражений / А. Р. Хасанова // Студент и наука (гуманитарный цикл) – 2018: Материалы международной студенческой научно-практической конференции, Магнитогорск, 21–23 марта 2018 года. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2018. – С. 476–480.
245. Хижуховская Т. В., Лешкунова Е. Ю. Детская мультипликация в образовательном процессе ДОУ / Т. В. Хижуховская, Е. Ю. Лешкунова // Уникальные исследования XXI века. – 2017. – № 7. – С. 5–10.
246. Цаценко Л. В., Савиченко Д. Л. Мультфильм «Чудесница» как ресурс

- информации по истории агрономии советского периода / Л. В. Цаценко, Д. Л. Савиченко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – № 129. – С. 757–768. DOI 10.21515/1990-4665-129-055.
247. Цейтлин С. Н. К вопросу о словообразовании в русской детской речи / С. Н. Цейтлин // Российский гуманитарный журнал. – 2021. – Т. 10, № 2. – С. 99–110. DOI 10.15643/libartrus-2021.2.4.
248. Цуканова М. И. Тематика детско-юношеского экранного творчества и его актуальные проблемы / Акценты. Новое в массовой коммуникации. Воронеж – 2021. С. 39-45.
249. Чантурия Л. Р., Сергиенко И. Н. Технология организации медиаобразования старшеклассников / Л. Р. Чантурия, И. Н. Сергиенко // Балтийский гуманитарный журнал. – 2019. – Т. 8, № 3(28). – С. 178–180. DOI 10.26140/bgz3-2019-0803-0045.
250. 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. DOI 10.23951/1609-624X-2017-5-88-94.
251. Чэн Хуа. Статус и конвергенция детских телеканалов / Чэн Хуа // Комментарии СМИ. – 2017. – № 9. – С. 93–94. (на кит. яз.).
252. Шариков А. В., Айгистова Ю. В. Место анимации в жизни младших дошкольников / А. В. Шариков, Ю. В. Айгистова // Культурно-историческая психология. – 2014. – Т. 10. – № 4. – С. 72–79.
253. Шаханская А. Ю. Сравнительный анализ эволюции образа школьника в советских и российских мультфильмах / А. Ю. Шаханская // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2017. – № 4. – С. 271–285.
254. Шестерина А. М. Аудитория видеоблогов как криэйтор медиадискурса. / А. М. Шестерина // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. НИУ БелГУ. – 2022. – С. 662 – 669.

255. Шестерина А. М. Интерактивный компонент медиаконтента как средство формирования комьюнити / Зверева Е. А., Шестерина А. М. // Медиалингвистика. – 2023. С. 407-423.
256. 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.
257. Шестирекова Н. Г. Ориентиры нравственного воспитания подростков: аксиологический подход / Н. Г. Шестирекова // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 1 (80). – С. 245–246. DOI:10.24411/1991-5497-2020-00100.
258. Шихавцова П. Гендерные режимы в мультфильмах или о том, какой должна быть современная Золушка / П. Шихавцова // Интеракция. Интервью. Интерпретация. – 2020. – Т. 12, № 1. – С. 65–80. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.4>.
259. 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. DOI 10.51965/2076-7919\_2022\_1\_4\_203.
260. Шмарион Ю. В., Землянская А. В. Женский образ в советских и зарубежных мультфильмах / Ю. В. Шмарион, А. В. Землянская // Вопросы образования и науки: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции, Тамбов, 30 ноября 2017 года. Том Часть 8. – Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2017. – С. 166–170.
261. Шубенкина Н. Э. Воспитательный потенциал советской мультипликации / Н. Э. Шубенкина // Актуальные ресурсы кинопедагогики: воспитание и образование: Материалы Всероссийского круглого стола (с международным участием), Екатеринбург, 01 марта 2022 года / под научной

- редакцией Н.А. Симбирцевой, А.К. Бернатоните. – Екатеринбург: [б.и.], 2022. – С. 80–86.
262. Яловая О. И. Обзор контента детских каналов видеохостингового сайта «youtube» / О. И. Яловая // Мир политики и социологии. – 2018. – № 2. – С. 112–116.
263. Янь Хуань. Телевидение и психология несовершеннолетних / Янь Хуань. – Пекин: Изд-во Китайского ун-та коммуникаций, 2009. (на кит. яз.)
264. Chen C.-X., Liu R.-D., Wang D. Why are children attracted to the internet? The role of need satisfaction perceived online and perceived in daily real life / C.-X. Chen, R.-D. Liu, D. Wang // Computers in Human Behavior. – 2013. – Vol. 29. – Pp. 185–192.
265. Habib K., Soliman T. Cartoons' Effect in Changing Children Mental Response and Behavior / K. Habib, T. Soliman // Open Journal of Social Sciences. – 2015. – № 3. – Pp. 248–264. DOI: 10.4236/jss.2015.39033.
266. Handbook of children, culture, and violence / N. Dowd, D. Singer & R. Wilson (Eds.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 483 p.
267. Hassan A., Daniyal M. Cartoon Network and its impact on Behavior of School Going Children, A case study of Bahawalpur, Pakistan / A. Hassan, M. Daniyal // International journal of management, Economics and Social Science. – 2013. – Vol. 2(1). – Pp. 6–11.
268. Iamurai S. Positive Cartoon Animation to Change Children Behaviors in Primary Schools / S. Iamurai // International Conference on Primary Education. – 2009. – P. 1–6.
269. McMahon B. Relevance and Rigour in Media Education / B. McMahon // Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore, 2003. – 26 p.
270. Price M. TV violence harms children, APA member testifies to Congress / M. Price // Monitor on Psychology. A Publication of the American Psychological

Association. September 2007. – Vol. 38. – № 8. – P. 16.

271. Rachmayani D. Internet for Children: a Review Study / D. Rachmayani // Proceedings of the 3rd International Conference on Early Childhood Education (ICECE 2016). – Atlantis Press, 2017. DOI:10.2991/icece-16.2017.24.
272. Shesterina A. Means of Emotional Impact on the Audience in User Media Content // Mediaobrazovanie - Media education. 2023. №1. P. 179-189.