



Медиакультура

Media Culture

Герменевтический анализ российских телепередач (1992-2017) на школьную и студенческую тему*

Е.В. Мурюкина,

*кандидат педагогических наук, доцент
Донской государственной
технической университет
Ростов-на-Дону, Россия,
ул. Гагарина 1, 344010
murjukina@yandex.ru*

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 17-18-01001 «Школа и вуз в зеркале советских, российских и западных аудиовизуальных медиатекстов», выполняемый в Ростовском государственном экономическом университете.*

Аннотация. Герменевтический анализ российских телепередач (1992-2017) на школьную и студенческую тему выявил глубокие кризисные явления. Студенческая тема находит отражение исключительно на местных каналах, чаще всего, принадлежащих университетам. Существует две разновидности российских телепередач на школьную и студенческую тему: для учащихся и студентов; для широкой аудитории (телепередачи, ток-шоу, журналистские расследования). Школьная и студенческая тема стала в последнее десятилетие предметом для медийных дискуссий, но при этом сами школьники и студенты часто в этих дискуссиях не участвуют; в телепередачах слабо просматриваются контекстные исторические ссылки. Отличительная черта российских детских телепередач – оторванность от реальности. Это наблюдается и в выборе главных героев: феи, маги, волшебники, несуществующие животные, птицы и пр. Всё это поддерживает иллюзорный виртуальный мир, не помогающий школьнику (особенно младшего возраста) идентифицировать себя в мире реальном. В медиатекстах нет яркого идеологического, социокультурного, мировоззренческого контекста, опоры на настоящую жизнь. Проанализированные телепередачи не помогают целевой аудитории «сложить» картину мира, поскольку они не обладают системностью, их отличает некая обособленность, «погруженность» в свою специфическую тему. Главная их характеристика – абстрагирование от реального мира, от российских традиций, менталитета, культуры.

Ключевые слова: герменевтический анализ, Россия, телевидение, школа, вуз, аудитория, школьники, студенты, телепередачи.

Hermeneutic analysis of Russian television (1992-2017) on school and university topic *

Dr. Elena Muryukina,

*Don State Technical University
Rostov-on-don, Russia,
Gagarin square 1, 344010
murjukina@yandex.ru*

** This article is written within the framework of a study financially supported by the grant of the Russian Science Foundation (RSF). Project 17-18-01001 “School and university in the mirror of the Soviet, Russian and Western audiovisual media texts”, performed at Rostov State University of Economics.*

Abstract. Hermeneutic analysis of the Russian television (1992 – 2017 years) on school and university topic revealed a deep crisis. This topic is reflected on the local channels, most belonging to universities. There are

two varieties of Russian television programs of this type: for students and for broad audience (TV shows, talk shows, investigative journalism). TV shows use student theme as the subject of discussions for adults, while children and students don't have the possibilities for dialogues; television texts about school and university don't have historical references. Russian children's TV programs have their own reality: fairies, wizards, aliens, inanimate objects, non-existent animals and birds, etc. They also support the illusory world that is "drawn" in the TV show and does not allow the child to identify themselves in the real world. Media texts don't have the ideological & socio-cultural context.

Keywords: hermeneutic analysis, pupils, students, Russia, TV shows, school, university, audience, television.

Введение

В советское время в СССР телепередач на школьную и студенческую тему было немало. С распадом Советского Союза ситуация диаметрально изменилась и особенно усугубилось после принятия закона о рекламе (2005 года и его редакции), ограничивающий размещение рекламы в телепередачах для детей и юношества. Согласно правилам, которые установлены Федеральной комиссией по телерадиовещанию, детские телепрограммы должны составлять от 7 до 10 % эфирного времени. Отметим, что требование не соблюдается ни одним из центральных российских телеканалов: на Первом канале этот сегмент не превышает 3 %, включая трансляцию мультфильмов (которая к телепередачам не относится); «Россия» отводит 0,4 - 0,5 % для детей и юношества; канал НТВ вообще игнорирует данную аудиторию.

Материалы и методы исследования.

Материалами исследования стали российские телепередачи (1992-2017) на школьную и студенческую тему. Методы исследования, позволившие провести герменевтический анализ: анализ стереотипов, идеологический анализ, идентификационный анализ, иконографический анализ, сюжетный анализ, анализ характеров персонажей, синтез, классификация, обобщение.

Дискуссия

Мы полностью согласны с тем, что «проблемы вхождения в жизнь, профессию, учебу, трудовые коллективы молодых людей мало кого занимают сегодня на телевидении. В настоящее время молодежное вещание характеризуется отсутствием единой культурной политики, неадекватностью оценок. Нет взаимопонимания между производителем телевизионного продукта и телезрителем, смешиваются различные системы ценностей» [Современные..., 2014]. А. Ожерельева, сравнивая телевизионный контент для школьников и студентов в США и России (в течение пятидесяти лет), отмечает, что «зарабатывать деньги» стало для каналов необходимостью. «Сегодня на первом плане – монетизация и, следовательно, рейтинги, все остальное становится неактуальным. С одной стороны, это вполне объяснимо, телеканалы должны зарабатывать, чтобы существовать. С другой стороны, они перестают выполнять ключевые функции – культурно-просветительскую, образовательную, интегративную. Если же говорить о детских передачах, то здесь ситуация еще более сложная» [Ожерельева, 2009].

Отметим, что большинство каналов выбрали стратегию – не создавать телепередачи для детей и юношества, а транслировать готовые медиатексты, чаще всего, мультфильмы. Налицо нежелание руководства занимать эфир нерейтинговыми и некоммерческими передачами для детей и молодежи: «детское телевидение находится в глубоком кризисе. Некоторые каналы пытаются выполнить требование закона, заполняя эфир дешевыми и некачественными мультфильмами зарубежного производства, однако ни о какой воспитательной и образовательной функции, здесь речи не идет. Дети лишены

национального телевидения, имеющего глубокие культурные традиции, вынужденно смотрят взрослые передачи и постигают мир не с той стороны» [Детские..., 2015].

Как отмечается в современном анализе телевизионного контента [Современные...,] ситуация с вещанием для подростков обстоит не лучше: «специальные программы, рассчитанные на эту аудиторию, на российском телевидении практически полностью отсутствуют. Как следствие, подростки вынуждены смотреть фильмы и передачи для взрослых. То, что они там видят, вызывает вполне закономерную озабоченность у ученых. Достаточно вспомнить пресловутый «Дом-2», чтобы понять насколько сложная ситуация в этом сегменте телевидения» [Детские, 2015].

Е.Ю. Бычкова, опираясь на психологические особенности подростков, выделила ряд тем, необходимых для освещения в телепередачах: «спектр тем может включать в себя общие сведения о культуре разных стран, традициях, способах выживания, основах функционирования общества на разных уровнях (социальном, политическом, объяснить с исторической точки зрения процессы военных конфликтов, существование вредных привычек (наркомания, алкоголизм, курение), таких явлений, как преступность, агрессия, и способы предотвращения этого. Помимо глобальных вопросов не лишним будет информация о профессиях, представление о которых зачастую не соответствует действительности у ребенка, вследствие чего он разочаровывается и чувствует себя «не на своём месте». И, конечно, нельзя обойти вниманием и личные проблемы в общении со сверстниками, противоположным полом и родителями, чтобы показать, что возникающие вопросы нормальны и решаемы» [Бычкова, 2015].

Исследователи (А. Ожерельева, А.М. Рохлин и др.) справедливо отмечают, что телевидение остается одним из основополагающих факторов социализации для современных детей, а «отсутствие юношеских редакций, студий, производящих детские программы и фильмы, приведет к потере еще одного подрастающего поколения. Детское вещание – это не только мультфильмы, это еще и огромный пласт научно-популярных, учебных программ, экранизаций классических произведений, беседы об искусстве и музыке, в том числе современной, а также великое множество других форм и жанров. Современное российское телевидение очень далеко от детей и подростков, даже в сложные постперестроечные годы эфир был заполнен детскими передачами, сегодня же их практически нет» [Современные..., 2014].

Однако в ряде других научных исследований высказывается противоположная точка зрения. Так, А.А. Гюлнезерова утверждает, что «детское телевидение в России сейчас переживает подъем: появляются специализированные каналы для детей, которые 24 часа в день демонстрируют телевизионные программы, фильмы, мультфильмы. Подготовка передач для детей осуществляется под контролем детских психологов, растет возможность интерактивности для юных телезрителей» [Гюлнезерова, 2014]. Продолжая мысль, автор отмечает, что несомненным преимуществом выступает то, что отечественная детская продукция «ближе и понятнее российскому зрителю, поскольку события разворачиваются на фоне привычной действительности. В основе сюжетов – национальные традиции, ценности, которые учитывают особенности менталитета. Кроме того, в таких программах используется опыт российских специалистов в области образования, культуры, здравоохранения и т.д., в силу чего полученные в ходе просмотра знания и информация могут быть с большим успехом применены ребенком на практике» [Гюлнезерова, 2014]. К сожалению, в тексте самой статьи мы не встретили примеров телепередач, доказывающих убедительность данного утверждения.

В большей степени мы согласны с точкой зрения А. Ожерельевой, А.М. Рохлина, Е.Ю. Бычковой, которые отмечают глубокие кризисные явления в детском и юношеском контенте телевидения. Мы констатируем, что имеющиеся медиатексты, например, «Спокойной ночи, малыши!», «В гостях у Витаминки», «Фа-Соль. Мастерская»:

- не восполняют функционально и содержательно тех тем, которые раскрывались в телепередачах на советском телевидении («АБВГ Дейка», «До шестнадцати и старше», «В помощь школе» и пр.);

- не «покрывают» весь возрастной период (не востребуемыми остались подростки, юношество);

- проблемы, которые выбраны для решения в телепередаче, не опираются на жизненный опыт зрителей, а исходят из популярных тем, концепции авторов и пр.

Исследования большинства ученых подтверждают необходимость в изменении ситуации с телепередачами на школьную и студенческую тему. Отмечается, что для позитивного сдвига важно осуществлять системную подготовку профессионалов, способных делать качественные телепередачи о школе и вузе; принятие программы целевой государственной поддержки телеканалам для побуждения их интереса в создании такого рода.

Результаты исследования.

Исторический контекст

Рассматривая контент российских телепередач на школьную и студенческую тему во временном промежутке с 1992 по 2017 годы, мы должны опираться на ряд факторов, которые повлияли на постепенное сокращение такого рода медиатекстов в 1990-е годы и практически ликвидировали их в 2000-х:

- резкое снижение государственной поддержки телевидения для детей и юношества,

- превалирование политики над другими сферами жизни в стране, что повлекло изменение телевизионной сетки (большое количество политических ток-шоу, аналитических программ и пр. в ущерб образовательному сегменту),

- строгий лимит демонстрации рекламы в детских телепередачах и т.д.

- незаинтересованность зависящих от рекламодателей федеральных каналов в образовательных, развивающих телепередачах,

Особую роль в практической ликвидации телепередач для школьников и студентов сыграли законы о рекламе, принимавшиеся в разные годы в стране. Рассмотрим одну из статей в недавно принятом Федеральном законе «О рекламе» РФ (№ 38-ФЗ редакция 2017). Она гласит: «в детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем пятнадцать минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью одна минута и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью одна минута. В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем двадцать пять минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью полторы минуты и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью полторы минуты. В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем сорок минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью две с половиной минуты и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью две с половиной минуты. В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет один час и более, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью три минуты и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью три минуты» [Федеральный..., 2017].

То есть производить и транслировать телепередачи для школьников и студентов экономически не выгодно. Безусловно, государством предпринимаются попытки преодолеть данную проблему. Так, «Первый канал» и «Россия» создали детский телеканал

«Карусель», на котором «с утра до вечера показывают развивающие и образовательные программы, мультфильмы и даже детские сериалы про школьную жизнь, взаимоотношения и т.д., но аудитория несравнима с его «родителями», зачастую они просто недоступны для детей. Если говорить о регионах, то здесь... телеканал может быть просто незнаком детям» [Детские..., 2015].

Важно заметить, что, начиная с 1950-х, школьная и студенческая тема на телевидении включала множество учебных, научно-популярных программ, бесед о школе и вузе, других форм и жанров. Стереотипность подхода телевизионщиков к детско-юношескому контенту, нивелирование интересов учеников и студентов (для них важны темы школы – взаимоотношений, успеваемости, выбора будущей профессии, ее востребованности и пр.) делают их работу неэффективной. Таким образом, подтверждается вывод исследователей о том, что «современное российское телевидение очень далеко от детей и подростков, даже в сложные постперестроечные годы эфир был заполнен детскими передачами, сегодня же их практически нет» [Детские..., 2015].

Мы можем говорить, что сегодня существует две основных разновидности российских телепередач на школьную и студенческую тему:

- медиатексты, направленные на школьную или студенческую аудиторию. Примером может служить телепередача «Умники и умницы», «Естествознание. Лекции и опыты», «Навигатор. Апгрейд» и др. Студенческая тема в современных телепередачах находит отражение исключительно на местных каналах, чаще всего, принадлежащих, преимущественно, техническим или классическим (как обладающим необходимой материальной базой) университетам («ЮУрГУ-ТВ», «ДГТУ ТВ» и пр.), медиатексты в них носят информационный, культурно-просветительский характер;

- телепередачи, ток-шоу, журналистские расследования, где иногда поднимаются проблемы образования в школе и вузе в России. Такие медиатексты школьной и студенческой тематики подразумевают в качестве аудитории широкие слои населения, включающие работников образовательной сферы, родителей и пр.

Анализ периода с 1992 по 2017 годы выявил ряд телепередач где одними из центральных тем становились проблемы среднего и высшего образования. Необходимо подчеркнуть, что обращение к данной тематике не носит постоянного характера, зачастую выбор темы представляет собой «ответ» на какое-либо событие.

К телевизионным ток-шоу, в которых затрагивается проблематика школы и вуза, можно отнести «Право голоса», «Отражение», «Тем временем», «Структура момента» и пр. В таких общественно-политических программах приглашенные гости (чиновники, общественные деятели, преподаватели вузов, известные в России учителя-новаторы) вступают в спор со своими оппонентами, отвечают на «неудобные вопросы» – как зрителей, так и ведущих. В телеэфире можно услышать различные мнения по обсуждаемой проблематике (например, в них затрагивались темы, связанные с ЕГЭ в школе, целями реформирования высшего образования в России и др.).

Последние десятилетия дали зеленый свет телепередачам, в основе которых лежат журналистские расследования, – например, «Специальный корреспондент», «Честный детектив» и пр. Наш анализ показал, что одной из востребованных тем для журналистов стала школьная и студенческая. Например, в рамках телепередачи «Специальный корреспондент» зрителям предлагались итоги журналистских расследований со следующими названиями: «На дне знаний», «На дне знаний-2», «Образование», «Коррупция в вузах», «О реформе образования» и пр. Телепередача «Честный детектив» предложила свои сюжеты для аудитории: «Доцент липовый», «Липовые корочки», «Форум», «Подделка документов», «Идеальные жертвы» и пр. Уже сами названия говорят о том, что в данном случае журналистов интересуют (в основном) коррупционные явления в российском образовательном процессе.

Другие телепередачи, где находит отражение школьная и студенческая тема, основаны на интегрированных сюжетах. В качестве примера можно назвать телепередачу «Максимум». В ней собираются сюжеты из различных сфер жизни по принципу актуальности (а значит рейтинговости). Безусловно, среди таких тем очень востребована и образовательная. Так, программа от 22 декабря 2012 года включала (помимо прочего) и сюжет о бунте в московском вузе («Против кого? На что Иван Охлобыстин благословил студентов»).

Итак, мы можем констатировать, что:

- федеральные каналы, увы, не заинтересованы в сегменте телепередач на школьную и студенческую тему. Они «вынесли» детские медиатексты «за» рамки своего вещания, в частности, на канал «Карусель»;

- телепередачи на детском канале «Карусель» в качестве целевой аудитории опираются на детей 3 – 11 лет, реализуют развлекательную, информативную, образовательную функции. Так, программная сетка предлагает более 80 телепередач, из них только 22 снимаются сейчас (данные на 2016 год [Карусель]), более 60-ти – трансляция архивных записей;

- школьная и студенческая тема стали в последнее десятилетие предметом для взрослых дискуссий, при этом, дети и студенты «вынесены» за рамки этих обсуждений: сегодня не существует площадок для диалога (в рамках телепередач), где можно услышать полемику взрослых и школьников, студентов;

- в российских телепередачах 1992 – 2017 годов нет исторических ссылок, они не имеют четко выраженных связей с прошлым;

- современные российские телепередачи часто создаются в отрыве от интересов и проблем школьников и опираются преимущественно на западные образцы;

- произошла смена аудитории телепередач на школьную и студенческую тему: современное ТВ вместо обращения непосредственно к школьникам и студентам адресуется теперь ко взрослым: учителям, работникам высшей школы, чиновникам, родителям и пр.

Социокультурный, идеологический, мировоззренческий, религиозный контекст

Телепередачи о школе и вузе подчинены целям, которые стоят перед каналом, например:

- популяризация, ознакомительная информация (в том числе о приемной кампании) – для телепередач на студенческую тему;

- просветительская, информационная, образовательная в телепередачах – для дошкольников и младших школьников;

- разъяснительная – для телепередач проблемного характера (ток-шоу), тематические телепередачи;

- изобличающая – для журналистских расследований, сюжетов, опирающихся на принцип «сенсационности» материала.

В этих медиатекстах зачастую нет яркого идеологического, социокультурного, мировоззренческого контекста, опоры на реальный мир. Телепередачи детского контента существуют как бы в вакууме, нет связей между различными возрастными категориями, миром детей и взрослых и т.д. Проанализированные телепередачи не помогают своей целевой аудитории «сложить» картину мира, поскольку не обладают системностью, их отличает некая обособленность, погруженность в свою тему. Главная их характеристика – абстрагирование от реального мира, российских традиций, менталитета, культуры.

Мировоззрение людей мира, изображенного в медиатекстах

Отличительной чертой российских детских телепередач можно считать «оторванность» от реальной жизни. Это наблюдается и в выборе главных героев. Зачастую это феи, маги, волшебники, несуществующие животные, птицы и пр. Они

поддерживают иллюзорный мир телепередач, не помогая ребенку идентифицировать себя в мире реальном.

Таким персонажам присущи стереотипные черты, на которых из передачи в передачу строится и развивается сюжет: один герой – пессимист, другой – оптимист; один умный, второй глупый («Давайте рисовать», «Спроси у Всезнамуса!» и пр.).

Говоря о телепередачах школьной и студенческой тематики для взрослой аудитории, отметим, что мировоззрение персонажей здесь дифференцировано: чиновники от образования демонстрируют оптимизм, стремятся подчеркнуть успешность проводимых ими реформ; их оппоненты (журналисты, учителя, родители) чаще проявляют пессимизм, недоверие и пр.

Иерархия ценностей в телепередачах, предполагающих в качестве целевой аудитории школьников, нередко ориентирована на развитие у детей индивидуализма, стремления добиваться своей цели, не связывают ребенка, его интересы с будущей профессией. В телепередачах школьной и студенческой тематики для взрослой аудитории, позиционируются ценности, опирающиеся на гуманизм, западные идеалы в области образования.

Основной стереотип успеха в этом мире: быть индивидуалистом, добиваться успеха, преодолевая преграды.

Структура и приемы повествования в российских телепередачах на школьную и студенческую тему

Место и время действия медиатекстов определены концепцией телепередачи:

- для дошкольников и младших школьников выбирается комната, похожая на класс, но включающая в себя игрушки, которые используются в процессе реализации сюжета. Время действия неопределенное («Давайте рисовать», «Спроси у Всезнамуса!» и пр.);
- для студентов используется студии, время действия – настоящее (но не прямой эфир) («Молодежный проспект» - «ЮУрГУ-ТВ» и т.д.);
- для широкой аудитории: студия; интерьеры вуза, школы (для журналистских расследований).

Обстановка и предметы быта в телепередачах о школе и вузе стереотипны: аудитории, классы, коридоры, школьные дворы, кабинет директора и пр.

Жанровые модификации российских телепередач на школьную и студенческую тему:

- телевизионные ток-шоу, где затрагивается проблематика школы и вуза («Право голоса», «Отражение», «Тем временем», «Структура момента» и пр.);
- журналистское расследование («Специальный корреспондент», «Честный детектив» и пр.);
- телепередачи, интегрирующие в себе различные (по тематике) сюжеты, например, «Максимум»;
- сборники сюжетов (по тематическому, событийному признаку) («Новости ЮУрГУ», «Календарь ЮУрГУ» и пр.);
- научно-познавательные передачи («Умники и умницы», «Навигатор. Апгрейд»);
- практико-ориентированные передачи («НЕОкухня», «Давайте рисовать»);
- тематические уроки («Естествознание. Лекции и опыты», «Русская литература. Лекции» и пр.).

Стереотипные приемы изображения действительности в российских телепередачах на школьную и студенческую тему проявляется следующим образом:

- для школьной целевой аудитории – в положительном послы медиаагентства к детству, позитивном отношении к героям телепередач – школьникам и студентам;
- для широких слоев аудитории: создаваемые в сюжетах ситуации, где показаны отношения педагогов и молодежи, достаточно разнообразны. В тележурналистских

расследованиях много материалов изобличающего характера («На дне знаний», «На дне знаний-2», «Образование», «Коррупция в вузах», «О реформе образования»; «Доцент липовый», «Липовые корочки», «Форум», «Подделка документов», «Идеальные жертвы» и др.), где показаны персонажи, порочащие профессию педагога, учителя, проявляющие такие качества как воровство, взяточничество, коррупционность, беспринципность и пр.; игнорирующие общественное мнение, демонстрирующие потребительское или негативное отношение к образованию. В выпусках ток-шоу («Право голоса», «Отражение», «Тем временем», «Структура момента» и др.), посвященных образованию, персонажи порой разновекторны: одни стремятся к диалогу, пониманию позиции другого (оппонента), другие – к конфронтации с ведущими и/или аудиторией.

Типология персонажей: школьники и студенты, учителя, преподаватели вузов, чиновники системы образования и др.

- *возраст персонажей:* от школьного и студенческого до пенсионного.

- *уровень образования:* для ведущих – высшее; для школьников и студентов – неоконченное среднее или высшее; для преподавателей – высшее, часто с ученой степенью (кандидатской или докторской);

- *социальное положение:* школьники из крупных городов, преимущественно, Москвы, зачастую дети известных родителей, часто подчеркивается социальное (материальное) положение ребенка – показывается его квартира, комната, игрушки и пр.;

- *внешний вид, одежда, телосложение персонажа, черты его характера, лексика.* Для детских телепередач внешний вид важен, поскольку должен помочь ребятам идентифицировать героя (крылышки у феи и пр.), понять его главные черты характера (злой, умный и пр.). Лексика используется в соответствии с целями и зрительской аудиторией, области знаний, которая в нем рассматривается (специальные термины в передачах о рисовании, физкультуре и пр.). Черты характера героев определены сюжетом.

В телепередачах школьной и студенческой тематики для студенческой и взрослой аудитории персонажи и ведущие одеты в соответствии с текущей модой, но неброско. Преподаватели вуза соблюдают дресс-код.

Существенное изменение в жизни персонажей медиатекстов:

Сюжетный вариант № 1: персонажи учатся чему-либо – рисовать, писать, считать.

Сюжетный вариант № 2: персонажи говорят о преимуществах конкретного вуза, позитивных изменениях в их жизни после поступления в данный вуз.

Сюжетный вариант № 3: рассказ о том, что в некоторые вузы страны можно поступить коррупционно, то есть без знаний, сдачи ЕГЭ и других экзаменов, собственно, как и учиться в них.

Сюжетный вариант № 4: реформа образования повлекла за собой много вопросов к ее разработчикам у различных категорий населения – от учителей, преподавателей до родителей, бабушек и дедушек, поэтому необходим диалог, разъяснения людям, реализующим образовательный процесс, обществу в целом.

Возникшие у персонажей проблемы: коренное реформирование системы образования школы и вуза России предусматривает выбор между разными группами ценностей, выявление и борьбу с отрицательными явлениями в педагогической среде; у родителей возникают трудности при подготовке детей к школе; у школьников и студентов – необходимость в дополнительном материале по какой-либо дисциплине;

Поиски персонажами решения проблемы: наглядная демонстрация технологии выполнения чего-либо (без сомнений или размышлений, исключая анализ поведения персонажа); диалог, который направлен на коллективный поиск дальнейших путей развития образования в России; демонстрация недостатков обществу (телепередачи жанра «журналистское расследование») для формирования отрицательного отношения людей к

коррупции в школе и вузе, организации проверки данных фактов правоохранными органами.

Выводы

Герменевтический анализ российских телепередач на школьную и студенческую тему выявил глубокие кризисные явления. Имеющиеся медиатексты для учащихся и студентов не восполняют функционально и содержательно тех тем, которые раскрывались в телепередачах советского телевидения; мало внимания уделяют подростковой и юношеской аудитории. Стереотипность подхода создателей телепередач к детско-юношескому контенту, нивелирование интересов учеников и студентов самым негативным образом сказываются на телерепертуаре. Студенческая тема в современных телепередачах находит отражение в основном на местных каналах, чаще всего, принадлежащих, преимущественно, техническим и классическим университетам.

Существует две разновидности российских телепередач на школьную и студенческую тему: для учащихся и студентов; для широкой аудитории (телепередачи, ток-шоу, журналистские расследования).

Школьная и студенческая тема стала в последнее десятилетие предметом для медийных дискуссий, но при этом сами школьники и студенты часто в этих дискуссиях не участвуют; в телепередачах слабо просматриваются контекстные исторические ссылки. Отличительная черта российских детских телепередач – оторванность от реальности. Это наблюдается и в выборе главных героев: феи, маги, волшебники, несуществующие животные, птицы и пр. Всё это поддерживает иллюзорный виртуальный мир, не помогающий школьнику (особенно младшего возраста) идентифицировать себя в мире реальном. В медиатекстах нет яркого идеологического, социокультурного, мировоззренческого контекста, опоры на настоящую жизнь. Проанализированные телепередачи не помогают целевой аудитории «сложить» картину мира, поскольку они не обладают системностью; их отличает некая обособленность, «погруженность» в свою специфическую тему. Главная их характеристика – абстрагирование от реального мира, от российских традиций, менталитета, культуры.

В российских телепередачах 1992 – 2017 годов почти нет исторических ссылок, четко выраженных связей с прошлым; они развиваются оторвано от школьников, их проблем и интересов, опираясь, преимущественно на западные телеобразцы.

Школьная и студенческая тема стали в последнее десятилетие предметом для взрослых дискуссий, при этом сами учащиеся вынесены за скобки этих обсуждений, их мнение перестало быть интересно телевидению (сами же школьники и студенты сегодня выражают себя по большей части в социальных сетях интернета). Таким образом, на сегодняшнем ТВ очень мало реальных площадок для конструктивного для диалога взрослых со школьниками и студентами.

Литература

- Бычкова Е.Ю. *Популярные телепрограммы для подростков: пробел на российском телевидении*. 2015. <https://cyberleninka.ru/article/n/populyarnye-teleprogrammy-dlya-podrostkov-probel-na-rossiyskom-televidenii>
- Детские и подростковые программы на каналах «Первый» и «Россия»: типологические особенности. 2015. http://www.e-ng.ru/zhurnalistika/detskie_i_podrostkovye_programmy_na.html
- Гюлнезерова А.А. Специфика создания детской телепередачи на примере телевизионной программы «Спокойной ночи, малыши!» // *Sci-article*. 2014. № 16. <http://sci-article.ru/stat.php?i=1417609555>
- Карусель. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Карусель_\(телеканал\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Карусель_(телеканал)).
- Ожерельева А. Обзор: детское телевидение в России и США // *ТВ-дайджест*. 2009. www.tv-digest.ru
- Рохлин А.М. *История отечественного телевидения*. М.: Аспект-пресс, 2008. 128 с.
- Современные молодежные программы на телевидении Краснодарского края: поиск оптимальной модели. 2014. <http://5fan.ru/wievjob.php?id=16595>

Федеральный закон «О рекламе» РФ (N 38-ФЗ редакция 2017). <http://ipipip.ru/zakon-o-reklame/14/>

References

- Bychkova, E.Y. (2015). *Popular TV shows for Teens: space bar on Russian television*. <https://cyberleninka.ru/article/n/populyarnye-teleprogrammy-dlya-podrostkov-probel-na-rossiyskom-televidenii>
Carousel. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Карусель_\(TV_channel\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Карусель_(TV_channel)).
- Children's and teen programs on the channels "First" and "Russia": typological characteristics*. (2015). http://www.e-ng.ru/zhurnalistika/detskie_i_podrostkovye_programmy_na.html
- Federal law "On advertising" RF (N 38-FZ revision 2017)*. <http://ipipip.ru/zakon-o-reklame/14/>
- Gulnizerova, A.A. (2014). *Specifics of creating children's TV shows on the example of the television program "good night, kids!"* // Sci-article. 2014. No. 16. <http://sci-article.ru/stat.php?i=1417609555>
- Modern youth TV programs of Krasnodar Krai: the search for the optimal model*. 2014. <http://5fan.ru/wievjob.php?id=16595>
- Ozhereleva, A. (2009). *Overview: children's television in Russia and USA* // TV-digest.2009. www.tv-digest.ru
- Rokhlin, A.M. (2008). *History of national television*. Moscow: Aspect-press, 128 p.