

## Содержание

Введение.....	3
1 Специфика программ для детей младшего возраста на современном.....	5
российском телевидении.....	5
2 Влияние детского телевидения на ребенка: психологические проблемы....	12
3 Защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию .....	15
Заключение.....	19
Список использованных источников.....	20

## Введение

Актуальность темы данной работы определяется необходимостью анализа специфики воздействия детского телевидения как средства массовой информации на формирование личности ребенка. Важность нашего исследования обусловлена несколькими причинами.

Во-первых, ценностные ориентации и взгляды детей только формируются и находятся в процессе развития. Требуется некоторое время, чтобы они обрели устойчивость, в связи с чем велика их зависимость от внешних информационных факторов, среди которых существенным является телевидение.

Во-вторых, дети – это будущая производительная и социальная сила общества, а следовательно, ее ценности будут во многом определять духовную культуру всего общества, поэтому необходимо сформировать их правильно.

Столь же немаловажным представляется анализ содержательной деятельности телевидения, жанрово-стилистических особенностей и выполняемых им функций. Для детей имеет значение не только информационный и рекреативный аспект влияния телевизионных каналов, но и способность учиться и развиваться посредством телевизионного эфира, обогащать нравственно – духовный потенциал, обучаться сотрудничеству и взаимодействию.

Телевидение представляет собой уникальный элемент системы СМИ. Развитие телевизионной индустрии оказало существенное влияние на общественное сознание. Являясь одним из наиболее массовых видов СМИ, телевидение несет в себе манипулятивные возможности.

Самой большой угрозой для общества стали возможности СМИ как инструмента воздействия на детей и подростков. Все это обуславливает необходимость изучения влияния детского ТВ на школьников.

Целью контрольной работы станет определение воздействия детского телевидения на ребенка.

Для реализации заявленной темы были определены следующие задачи:

– рассмотреть специфику программ для детей младшего возраста на современном российском телевидении;

– проанализировать влияние детского телевидения на ребенка.

Объектом работы выступает детское телевидение. Предметом исследования является влияние детского телевидения на ребенка.

## **1 Специфика программ для детей младшего возраста на современном российском телевидении**

Сегодня ребенок есть в каждой второй российской семье. При этом большинство россиян хотели бы иметь двоих детей (58 % женщин и 51 % мужчин), а каждый четвертый россиянин – троих (25 % женщин и 26 % мужчин) при наличии необходимых условий.

В начале 2022 года, по оценкам Росстата, на территории страны проживало 24 млн. детей в возрасте до 15 лет.

Государство проводит активную демографическую политику и стремится поддержать тех, кто готов расширить семью. Среди мер, стимулирующих рождаемость, можно выделить предоставление «материнского капитала» при появлении второго и последующих детей; программу «Молодая семья – доступное жилье», по которой выдаются субсидии на покупку недвижимости; оплату отпуска по уходу за ребенком до достижения им полутора лет и др.

Все эти факторы имеют определенный результат. В первом полугодии 2022 года родилось 1,253 млн. детей: тринадцать на каждую тысячу населения. Это на одного ребенка больше, чем годом ранее. Притом «воспитание детей» занимает первое место в ряду жизненных целей российских женщин и второе после «материального благополучия» у мужчин [2].

СМИ и новые каналы коммуникации постепенно вытесняют традиционные для прошлых десятилетий формы проведения семейного досуга. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, в 1992 году среднестатистический россиянин за три месяца прочитывал чуть более 5 книг (5,14). К 0 году этот показатель снизился до 3,944.

В то же время, объем внимания, уделяемого различным типам медиа, в наши дни ощутимо растет. При этом одним из главных способов организации досуга среди россиян вот уже много лет остается просмотр телевизора. Именно он является для них самым простым и доступным видом развлечения.

Причины этого достаточно очевидны. По данным Росстата, на конец 2008 года в России был 161 театр юного зрителя, 68 цирков и около 4 тыс. детских библиотек. Зато число телевизоров почти равнялось количеству домовладений. В настоящий момент более половины городских жителей (57 %) имеют дома два и более телеприемников.

У популярности телевидения есть и экономическое объяснение. В декабре 2022 года один билет в Московский цирк Ю. Никулина на Цветном бульваре стоил от 400 до 3 тыс. руб., в то время как просмотр минимум 20 телеканалов в течение месяца обходился москвичам в 135 руб.

У родителей телевизор становится нянькой, занимающей, развлекающей и обучающей их детей при минимальных финансовых вложениях и усилиях с их стороны. Поведенческие модели передаются юному поколению посредством телеэфира.

Объем телепотребления на душу населения России составляет 3 ч. 40 мин. в сутки. Подобные привычки взрослых не могут не отражаться находящиеся в том же помещении детях.

В 2022 году каждый ребенок в возрасте от 4 до 14 лет на просмотр телепрограмм в среднем тратил 2 час. 10 мин. ежедневно. Дети отдают медиапотреблению фактически все свободное время, оставшееся после обучения в школе и выполнения домашних заданий. «Под телевизор «вкуснее есть» и «интереснее жить» Он «не напрягает», дает возможность расслабиться».

Более того, для многих детей телевидение становится своеобразным «окном в мир». При том, что до 90 % усваиваемой информации человек получает посредством зрения, это имеет особое значение. Исследователи не

раз доказывали зависимость развития мышления ребенка от интеллектуальной насыщенности телепрограмм, а также роль демонстрации насилия на телеэкране в возникновении агрессивных форм поведения. В свете этого состояние российского телевидения для подрастающего поколения, а также перспективы его развития выглядят весьма актуальными.

Чтобы проанализировать состояние рынка телевидения для детей в современной России, нам необходимо четко определиться с самим понятием «дети». Согласно Семейному кодексу Российской Федерации, «ребенком признается лицо, не достигшее возраста восемнадцати лет». В то же время уже в 16 лет несовершеннолетний имеет право вступить в брак и, как следствие, получить полную гражданскую дееспособность. С этого же возраста можно осуществлять родительские права. Учитывая эти аспекты, мы считаем целесообразным ограничить возраст детей с рождения до 16 лет.

Некоторая градация периода несовершеннолетия есть в Гражданском кодексе. Здесь отдельно прописано понятие «малолетние» – это дети, не достигшие 14 лет. Ориентируясь на эту норму, несовершеннолетних старше 14 лет в данной научной работе мы будем рассматриваем как «подростков».

Основными видами детского телевизионного контента, представленными сегодня в российском эфире, являются:

полнометражные и короткометражные анимационные фильмы;

- художественные фильмы;
- мультипликационные сериалы;
- телевизионные программы;
- детские телесериалы.

Современное российское телевидение претерпело значительные перемены в последние годы, причем даже не по отношению к советскому телевидению, а по отношению к российскому телевидению девяностых годов.

Если же говорить о детских передачах, то здесь ситуация еще более сложная. Согласно правилам лицензирования телевидения, установленным

Федеральной комиссией по телерадиовещанию, доля детских телепрограмм должна составлять минимум 7–10% от эфирного времени Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 N 2124–1, ред. от 25.12.2008. Но, ни один из центральных российских телеканалов не соответствует этому требованию. На Первом канале детские передачи занимают не более 3% (Ералаш, Умники и умницы, Мультфильмы) эфирного времени, на канале «Россия» около 0,4–0,5% эфирного времени (Спокойной ночи, малыши!), канал НТВ вообще не включает в сетку детские передачи, за исключением «Детского утра на НТВ» по воскресеньям, что составляет не больше 0,4% эфира. Немногим лучше выглядит канал ТВЦ, здесь детские передачи составляют 3,5–4% эфира, «Культура», где художественные и мультипликационные фильмы для детей занимают около 4,5% эфира.

Таким образом, явно видно нежелание руководства телеканалов занимать эфирное время нереيتينговыми и некоммерческими детскими передачами. Детское телевидение находится в глубоком кризисе. Для того, чтобы понять это, достаточно изучить программу передач. Детских программ практически нет ни на основных метровых, ни на дециметровых каналах. Некоторые каналы пытаются выполнить требование закона, заполняя эфир мультфильмами зарубежного производства, однако о 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.

По данным экспертов TNS Gallup Media, в среднем по России среди аудитории старше четырех лет бесспорным лидером по-прежнему остается программа «Спокойной ночи, малыши!» (канал «Россия»). Ее рейтинговые показатели колеблются от 6 до 8,5%. Второе место занимает киножурнал «Ералаш» (Первый канал), за ним с примерно равными показателями следуют программа «Дисней-клуб» (Первый канал) и мультсериалы канала СТС. То есть на всем российском телевидении есть только несколько передач, имеющих достаточно весомый рейтинг. При этом две передачи («Спокойной

8

ночи, малыши!» и «Ералаш») созданы несколько десятилетий назад и сегодня снимаются по одному шаблону. То есть ничего нового не создается, а все, что было создано в 90–е годы давно закрыто.

Электронные СМИ, среди которых и телевидение, стали одним из основных факторов социализации современного ребенка. 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, даже в сложные постперестроечные годы эфир был заполнен детскими передачами, сегодня же их практически нет.

После анализа состояния рынка детского телевидения мы выявили специфику программ для детей младшего возраста в современной России.

1. Большинство программ реализуют культурно–просветительскую, образовательную и рекреационную функции, которые помогают детям развиваться, узнавать каждый день что–то новое и интересное, закреплять пройденный в школе материал, а также расслабляться и отдыхать у телеэкранов.

2. По аудиторному признаку большинство телепрограмм нацелено на детей в возрасте от 7 до 11 лет. Далее идут программы на возраст 3–7 лет, а наименьшее количество передач направленно на подростков и юношество.

3. По времени продолжительности одного выпуска программы можно разделить на четыре группы:

– самые многочисленные – 25–30 минутные передачи. Это связано, прежде всего, с тем, что большинство программ ориентировано на детей в возрасте от 7 до 11 лет, а для младших школьников – это оптимальное время для ежедневного просмотра телевизора;

– далее идут программы, длительность которых варьируется от 3 до 10 минут. Эти программы чаще всего несут в себе рекреационную функцию (которая является одной из основных на детском телевидении), помогают на



несколько минут детям отвлечься, отдохнуть или размяться, если речь идет о зарядке или танце;

– менее популярны на российском телевидении программы продолжительностью 10–15 минут;

– программы, длительность которых более 30 минут;

4. По периодичности выхода в эфир телепрограммы делятся на те, которые выходят ежедневно и на те, которые выходят только по выходным или только в будни;

5. По жанровому составляющему лидирует выступление в кадре или монолог, ведь для него характерно обращение к аудитории, демонстрация своих талантов, навыков и умений, проведение мастер–классов, экспериментов, опытов. Еще один популярный жанр на детском телевидении – шоу, так этот он сочетает в себе элементы игр, бесед, викторин, конкурсов, что делает программу более непредсказуемой, живой и насыщенной. Замыкает тройку лидеров тележурнал. Такая востребованность объясняется тем, что его структура позволяет объединить в себе разные темы и формы подачи материалов;

6. Структура детских программ уникальна и своеобразна, но в их составе можно выявить общие элементы. Программы начинаются нарисованной анимированной заставкой. Далее в кадре появляются телеведущие, которые приветствуют зрителей и представляются. В основной части телепрограмм составляющие элементы разнятся. В каждом медиапродукте они имеют свою уникальную последовательность, свое соотношение основного структурного элемента от второстепенных. Чаще всего входят в состав программы для детей входят викторины, игры, видеосюжеты, мастер–классы, опыты, эксперименты, беседы, вопрос–ответ, интервью, встречи с выдающимися людьми, кумирами, живое общение с участниками. Завершаются телепрограммы прощанием ведущих, конечной заставкой или титрами, а вот такой элемент как анонс в детских передачах отсутствует;

7. Дизайн студий, в которых ведется съемка детских телепрограмм, также уникален, ведь его главная задача состоит в том, чтобы помогать раскрывать концепцию той или иной программы. Если по замыслу авторов, действие происходит в лаборатории, то соответственно, дизайн студии будут наполнять колбы, микроскопы, вещества в пробирках и так далее. Или же это волшебная мастерская, с иллюзией витражных окон, замками, волшебными палочками и другими сказочными атрибутами. Программы для детей старшего возраста снимают в студиях, чей дизайн приближен к комнате подростка: стены обклеены постерами, вокруг легки хаос из расставленных музыкальных инструментов, спортивного инвентаря, книг, журналов;

8. Образ ведущего. У телепрограмм есть ведущие. Это как известные актеры, спортсмены, артисты, так и телеведущие, в том числе и дети. Характерной особенностью детских телепрограмм является то, что ведут программу известные личности, которых дети с легкостью узнают и любят.

Несмотря на то, что детское телевидение в России все-таки существует, оно по-прежнему недоступно для большинства детей и, следовательно, не может рассматриваться как массовое. Необходимо менять сложившуюся ситуацию. Прежде всего, необходима планомерная подготовка профессиональных кадров, способных создавать качественные телевизионные продукты для детей. Необходима программа целевой государственной поддержки телеканалов для того, чтобы они были заинтересованы в создании детских и подростковых передач.

Таким образом, рассмотрели особенности современного телевидения для детей младшего возраста и выявили что структура телевизионных программ для детей уникальна и разнообразна, так рассчитана на разные возрастные группы. Здесь приходится учитывать многие особенности детской психологии, придумывать интересную подачу, вводить любимых героев. Главная задача детских телепрограмм дать ребенку с одной стороны отдохнуть, а с другой закрепить пройденный в школе материал или рассказать о чем-то новом.

## **2 Влияние детского телевидения на ребенка: психологические проблемы**

Сегодня наиболее мощным средством воздействия СМИ на человека является телевидение, поскольку влияет одновременно на два органа чувств – слух и зрение, в отличие от получающих информацию читателей (печать) или слушателей (радио). Потому, «благодаря широким коммуникативным возможностям – оперативности, «эффекту присутствия» – является наиболее эффективным инструментом управления мировоззрением личности на современном этапе».

Арсенал методов и приемов воздействия телевидения на общественное сознание описан в трудах В. М. Бехтерева, П. Рюхова, Е. Я. Малышевой, Е. Е. Прониной.

Мы же предлагаем рассмотреть и проанализировать методы, предлагаемые Д.А. Жуковой, поскольку на наш взгляд, эта классификация является наиболее полной. Автор выделяет следующие методы:

- 1) убеждение;
- 2) внушение (суггестия);
- 3) повторение;
- 4) фрагментарность подачи информации;
- 5) стереотипизация [6].

Убеждение и внушение являются самыми эффективными способами манипуляции над аудиторией. Под убеждением понимают метод влияния на сознание при помощи доказательства и эмоционального давления. Убеждение включает в себя четыре этапа: информирование, разъяснение, доказательство

и опровержение. Действенность этого метода часто бывает достигнута при влиянии авторитета убеждающего.

Внушение – метод воздействия, связанный с ослаблением сознательного контроля, при существенном влиянии на представления, установки, мотивы и акты деятельности человека. Особенность внушения состоит в готовности внутренне принять передаваемые сведения, без обдумывания и критического осмысления.

Метод повторения нацелен на прочном закреплении передаваемой информации в подсознании, которая постепенно начинает оказывать влияние на сознание человека.

Фрагментарность подачи информации или ее дробление, а также очередность, позволяет сместить акценты важного на второстепенное. Благодаря этому методу у зрителя отсутствует целостная картина восприятия действительности.

Метод стереотипизации нацелен на формирование устойчивого представления или образа каких-либо людей, событий, явлений. Стереотипы, подаваемые СМИ, зачастую основаны на поверхностном знании и являются ложными.

Методы, предложенные Жуковой, зачастую являются косвенными и скрытыми, что для детей, при их отсутствии критического мышления и недостатке знаний о мире, воспринимается за истину [2].

Рассмотрим психологию детей и определим, насколько сильно подвержен влиянию человек в этом возрасте. Этот период ознаменует подготовку к самостоятельности, происходит формирование ценностей ребенка, его мировоззрения. В результате и под воздействием социально-личностных факторов перестраивается вся система отношений школьника с окружающими его людьми и изменяется его отношение к самому себе. В этот период СМИ играют активную роль в построении детьми собственной картины мира, в обретении ими своей идентичности. Телевидение оказывает как положительное, так и отрицательно воздействие. Начнем с плюсов:

– Расширяет кругозор. Образовательные телепередачи могут быть более эффективны, чем книги или аудио материалы. При правильном выборе программ ребенок может узнать о людях, традициях, информационных технологиях и тд. понятным для него языком.

– Имеет большое воспитательное значение. Телевидение знакомит с музыкой и искусством, воспитывает любовь к Родине и природе, прививает интерес к спорту и т.д.

– Формирует индивидуальные интересы. Выбор телепередач ребенком формирует его предпочтения, на основе которых можно выбрать секцию, а также помочь определиться с выбором профессии.

Теперь рассмотрим негативное влияние телевидения на детей младшего школьного возраста:

– Проблема телевизионного насилия. Этот термин давно используется в научном лексиконе и объединяет в себе демонстрацию нанесения повреждения или ущербов персонажам телевизионных программ или фильмов. Кровавые убийства, насилие, террор не вызывают у детей отвращение и чувства страха, для них подобные действия становится естественными в результате привыкания к таким телевизионным программам. Результат такого воздействия мы часто видим в реальной жизни.

– Искажение представлений о социальной реальности в соответствии с картиной мира, предлагаемой телевидением. Телевизионная зависимость является одной из самых распространенных психологических аддикций.

– Отставание в развитии ребенка. Чтение книг, занятия спортом, прогулки, встречи с друзьями заменяются многочасовым просмотром телепередач. Телевидение гипнотизирует, «зомбирует» детей, что ограничивает восприятие и переработку информации. По этой причине происходит снижение физической, интеллектуальной и социальной активности ребенка.

– Подмена системы ценностей. Семья и школа придерживаются установок, которые призывают к гуманности, трудолюбию, уважению, в то

время как телевидение в открытой и скрытой форме пропагандирует агрессию, насилие, преступность, зло, обман и т.д.

– Неправильное формирование инстинкта самосохранения, неосознанное подталкивание ребёнка к суициду. Герои могут по несколько раз умирать и воскресать на экране. Нет гарантии, что ребёнок в реальной жизни не захочет попытаться повторить подвиг своего любимого героя.

Как мы видим, неконтролируемое информационное пространство несет в себе опасность существования личности, усугубляет ощущение незащитности, одиночества, десоциализирует детей, изменяет их восприятие мира. Очевидно, что в современном обществе не представляется возможным полностью оградить ребенка от негативного влияния СМИ. Но поиск методов снижающих данное влияние необходим.

### **3 Защита детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию**

В век практически вседозволенности СМИ подрастающее поколение, особенно малолетние дети и подростки очень часто садятся на компьютерную «иглу». Начиная порой, на первый взгляд, с безобидных фильмов про космические войны, бои с пришельцами, зомби. Все это медленно и верно, как капля воды точит камень, поражает хрупкую детскую психику.

В силу отсутствия жизненного опыта, неокрепшей психики, ребенок более других подвержен воздействию через СМИ. Потому почти любая информация, полученная из СМИ, закладывает в психике ребенка установки и образец последующего поведения. Жестокость, насилие, разврат, часто появляющиеся в СМИ, печатных изданиях неограниченной продажи, в компьютерных играх, ведут к неосознанному желанию подростков и молодежи подражать этому, способствует закреплению таких стереотипов поведения в их собственных привычках и образе жизни, снижает уровень

пороговых ограничений и правовых запретов, что наряду с другими условиями открывает путь для многих из них к правонарушениям. В связи с всеобщей доступностью сети «Интернет», участились случаи доведения до самоубийства несовершеннолетних через социальные сети [7].

Конвенция ООН о правах ребенка, ратифицированная РФ в 1990 г., устанавливает, что ребенок ввиду его физической и умственной незрелости нуждается в специальной охране и заботе, включая надлежащую правовую защиту. Забота о нравственном и физическом здоровье детей проводится в разных направлениях. Одним из них является информационное законодательство. Попытки оградить детей от негативной информации, полученной из СМИ также предпринимаются и в нашей стране. Результатом такой работы российского законодательства служит ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» от 29.12.2010 г. № 436–ФЗ, который на сегодняшний момент остается одним из основных источников права в рассматриваемой сфере, но, к сожалению, имеет пробелы и недостатки.

Во-первых, регулирование защиты детей от информации в части эротического и порнографического характера не распространяется на оборот информационной продукции, имеющей значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества. В связи с чем дети не защищены от изображений или описаний половых органов человека, полового сношения, либо иных действий сексуального характера.

Во-вторых, практическое применение закрепленных в нем категории «возрастной» классификации и маркировки информационной продукции не соответствует действительности. Таким образом, знаки разрабатываются производителями продукции самостоятельно, возможно, даже преднамеренно занижая возрастные категории. В результате чего, в обороте появляются знаки, которые не обеспечивают доведение информации до тех лиц, для которых они предназначены.

В–третьих, неоднозначность в распределении полномочий между государственными органами. В соответствии со ст. 20 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, осуществляют в пределах своей компетенции федеральные органы исполнительной власти. Если же проанализировать ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», контроль в указанной в сфере, касающейся дошкольных образовательных учреждений, возложен на субъекты РФ.

В–четвертых, Федеральное законодательство не учитывает специфику организационно–правовых механизмов ограничения доступа детей к компьютерным играм, в том числе распространяемым в сети Интернет и сетях мобильной телефонной связи. То есть, ребенок, зайдя в сеть «Интернет» на любом из сайтов, может позволить себе принять участие в виртуальной игре, например, «Counter–Strike», которая отличается довольно высоким уровнем насилия и наличием крови.

В–пятых, отсутствие в законе категории «универсальная». В результате необоснованного объединения категории «для всех» и категории «от 0 до 6 лет» любые буклеты, печатная продукция не рекламного характера, любые популярные журналы, книги рецептов должны обязательно подвергаться маркировке и возрастной классификации.

В–шестых, существующие системы фильтрации информационных ресурсов, которые установлены, например, в общеобразовательных учреждениях не обеспечивают должной фильтрации информации. Также возникает вопрос о соразмерности использования сети «Интернет» в общеобразовательных учреждениях разных направлений. На данный момент в данных учреждениях введена система «Электронный дневник».

Подводя итог вышесказанному, необходимо обеспечить грамотную и организованную работу государственного аппарата по решению указанной проблематике, усилить работу контрольно–надзорных мероприятий в сфере



защиты детей от негативной информации, но в первую очередь, необходимо обратить внимание на состояние семьи изнутри, это прежде всего касается родителей, классных руководителей, педагогов, штатных психологов. Следует проанализировать ситуации, которые приводят к духовному «голоданию», создающие почву для детских суицидов, и принять профилактические меры во избежание летальных исходов. И немаловажную роль в этой профилактике играют повсеместное позитивное воспитательное воздействие на детей через все источники массовой информации. Чтобы эти источники «сеяли» не грязь и насилие, а доброе и вечное, прививали лучше духовные ценности – доброту, сострадание, любовь и заботу.

## Заключение

Сегодняшнее телевидение умеет, в основном, информировать и развлекать. Анализ выполнения телевидением одной из своих главных общественных функций – усиления социально–интеграционного единства страны – свидетельствует о том, что эта функция им, по сути, не выполняется. И, прежде всего, это обусловлено «уходом» из этой сферы государства. Во всех развитых странах мира именно государство озабочено проблемой усиления единства страны, просвещения населения, обеспечения доступа детей и взрослых к ценностям мировой культуры, включая культуру для детей и юношества. Именно телевидение сегодня является основным медиа, усиливающим процессы дегуманизации сознания юных граждан. Особенно острой в отношении детства является проблема отображения насилия и эротики на телеэкране. Эта проблема является главной нерешенной проблемой в сфере информационной безопасности детства и носит комплексный, междисциплинарный характер.

Сегодняшний телеэкран усиливает процессы аномии, размывает общепринятые ценности. Прежде всего, мы имеем дело с проявлением конфликта социально–культурного плана. Он имеет по крайней мере два ясно выраженных уровня. Это, во–первых, нормативный конфликт, который проявляется в несоответствии норм поведения и речи, транслируемых с экрана, с нормами, характерными для традиционного российского общества. Во–вторых, это ценностный конфликт, проявляющийся в трансляции ценностей, чуждых для значительной (если не большей) части россиян. Второй из перечисленных уровней порожден тем, что проблема экранного

19

насилия в значительной степени связана с экспансией американской продукции, транслирующей ценности и идеалы американской культуры, для которой, в первую очередь, характерны ценность материального богатства и идеал индивидуальной силы как инструмент его обретения.

### **Список использованных источников**

1. Александрова Ю.В. Возрастная психология. Характеристика психологических особенностей подростков и юношей / Ю.В. Александрова. – М.: Современный гуманитарный университет, 2017. – 66 с.
2. Божович Л.И. Личность и ее формирование в детском возрасте. (Психологическое исследование) / Л.И. Божович. – М.: Просвещение, 1968  
Гаг Н.А. Радиодраматургия: основные принципы и законы создания программ / Н.А. Гаг // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика, 2019. – №2. – С. 161–167.
3. Васильев С.С. Влияние современных электронных СМИ на подсознание / С.С. Васильев // Историческая и социально-образовательная мысль: журнал. – 2019. – №3. – С. 176–183.
4. Ерофеева И.В. Концепт «воспитание» в актуальном пространстве современного медиатекста / И.В. Ерофеева // Гуманитарный Вектор. Серия: Филология. Востоковедение. – 2019. – №4 (36). – С. 165–169.
5. Зазнобина Л.И. Школьное медиаобразование: возможный и необходимый аспект // Л.И. Зазнобина, Л. Трофимова, Г. Франко / Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка: материалы международного семинара. – М.: Агентство ЮНПРЕСС, 2018. – С.48–54.
6. Зарахович И.С. Отечественные средства массовой информации для детей: учеб. пособие. Книга 1 / И.С. Зарахович, Ю.А. Головин, О.Е. Коханая. – М., 2019. – 187 с.

7. Косолапова Е.В. Медиаграмотность как актуальная составляющая информационной культуры детей младшего школьного возраста / Е.В. Косолапова // Научный диалог: научный журнал. – 2020. – №1. – С. 170–181.
8. Коханая О.Е. Традиции детских СМИ / О.Е. Коханая // Общественная повестка дня и коммуникативная практика СМИ: сборник. – М.: МГУ, 2019. – С. 302–303.
9. Кудинова Л. В. Специфика взаимоотношений СМИ с аудиторией / Л. В. Кудинова // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика, 2018. – №1. – С. 201–206.
10. Лебедева Т.В. Формы детских телепередач и методы работы над ними / Т.В. Лебедева // Вопросы теории и практики. – Свердловск: Уральский гос. ун-т, 2019. – С. 94–99.