

## **Телевидение для детей**

**Автор: Коляда Алина Анатольевна  
МБДОУ № 20,  
п.г.т.Мурмаши, Мурманская область**

**Аннотация:** Основными видами детского телевизионного контента, представленными в российском эфире, являются: полнометражные «анимационные и художественные фильмы, мультипликационные сериалы, телевизионные программы.

Телевидение - это одно из величайших явлений XX века, объединившее в себе передовые достижения журналистики, науки, искусства, научно-технической мысли, экономики. За каких-то сто лет эта сфера окутала весь земной шар и стала частью каждого человека. Именно благодаря телевидению сегодня стала более доступной абсолютно любая информация. В телевидении отражены все сферы жизни человека и все, происходящие события. Сегодня телевидение - это глобальная сфера, которая состоит из тысячи каналов, вещающих по всему миру (М.В. Луков, А.В.Смирнов, В.А. Урвалов и др.).

Понятие «жанр» применяется во всех областях творчества. Например, в художественной литературе есть роман, поэма, трагедия; в музыке - симфония, кантата, песня; в живописи - портрет, пейзаж, натюрморт. В каждой области имеются различные подходы к раскрытию понятия «жанр», однако существуют и объединяющие их общие черты. Это то, что содержание всей творческой продукции идет из жизни, изготовители этой продукции при трансформации содержания в определенные формы исходят из накопленного веками опыта, из сути применяемых методов и учитывают своеобразие каждой отрасли [1, с. 230].

И в искусствоведении, и в литературоведении, и в медиалогии жанр - одно из самых сложных понятий. Поэтому он не имеет общепринятой дефиниции (определения). Например, в общей теории жанров, он оценивается как тип художественной формы, исторически сложившийся тип произведения, единство структурно-композиционных элементов, присущих только данному жанру.

А.А.Алекберова считает, что жанр - это продукт творчества, готовящийся на основе собранных из повседневной жизни фактов, с использованием определенных творческих методов, с учетом информационных потребностей общества в данный

момент и распространяющийся посредством имеющихся каналов массовой коммуникации (печати, радио, телевидения, Интернета) [1, с.332-233].

Я. Н.Засурский считает, что жанр на телевидении – это сложившийся тип отображения реальной действительности, обладающий рядом относительно устойчивых признаков, используемый с целью классификации творческих продуктов и играющий роль подсказки для аудитории [4, с.16].

Вопрос развития и поддержки детского телевидения занимает особое место в большинстве развитых стран (А.В.Вырковский, А.А.Гладкова, И.А.Полуэхтова). Наиболее важные сегменты регулирования – участие и роль общественных организаций, наличие специального законодательства, обязательные нормы объема и времени показа телепрограмм для детей, контроль рекламных сообщений в них, маркировка контента и возрастные ограничения (рейтинги).

По мнению М.Е.Аникиной И.А.Полуэхтовой, в современной многоканальной среде детское телевидение не формирует единого пространства, которое можно регламентировать общими правилами и стандартами. В последние 10-15 лет все большая доля телепрограмм и детской аудитории приходится на специализированные кабельные и спутниковые телеканалы («Карусель», «Disney», «Детский», «TiJi» и др.). Поэтому появление и развитие этих вещателей не требует специального стимулирования, в большинстве случаев они появляются и исчезают, исходя из коммерческой логики.

Нишу детского телевидения в России во многом заполняют специализированные каналы для детей. Число таких вещателей в последнее десятилетие увеличилось в разы по всему миру: в США появились «Nick Junior», «Noggin и Tickle»; в Великобритании – «Cbeebies», в Германии – «Kika» и т. д. Это связано с ростом сегмента неэфирного телевидения как такового и востребованностью узкопрофилированных каналов. В отличие от многих зарубежных рынков, в России специализированные каналы для детей представлены в бесплатном эфирном пространстве.

Качественный и современный контент маленьким зрителям предлагает «Карусель» и канал «Disney» – российская версия американского «Disney Channel».

Бесплатный детско-юношеский канал «Карусель» был создан в декабре 2010 года на базе «ТелеНяни» и «Бибигона» (Телевидение. [Электронный ресурс] URL-<http://forumru.tele.satinfo.ru/index.php?action=printp-age;topic=52651.0>. (Дата обращения: 10.10.2013). Российский «Disney» - один из главных игроков мирового рынка детского телевидения. В начале 2012 года он вошел в число федеральных телеканалов. Сегодня это крупнейший иностранный акционер в российском медиапространстве [9, с.8-7].

«TiJi» - французский телеканал для самых маленьких - был создан специально для малышей дошкольного возраста и вещает во Франции уже более 10 лет. За эти годы TiJi завоевал доверие и любовь миллионов детей и их родителей; сегодня он является одним из ведущих детских каналов среди юных зрителей в возрасте от 4 до 10 лет во Франции (по данным Mediametrie/Médiamat Thématik, январь-июль 2011). Русскоязычная версия TiJi появилась в 2009 г. благодаря партнерству Lagardere Thematiques International с российской компанией Universal Distribution. TiJi распространяется в сетях ведущих операторов платного спутникового и кабельного ТВ России и стран ближнего зарубежья («TiJi»:о канале. [Электронный ресурс]. URL-<http://www.tiji.ru/channel/>. (Дата обращения: 10.10.2013).

Основными жанрами детского телевизионного контента, представленными сегодня в российском эфире, являются [3, с.10]:

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

*Полнометражные мультипликационные (анимационные) фильмы.* Изначально анимационные фильмы создаются для показа в кинотеатрах и лишь затем попадают на телевидение. Согласно критериям премии «Оскар», его продолжительность должна составлять более 70 минут. Типичные примеры полнометражных анимационных фильмов - «Рататуй», «Шрек», «Ледниковый период», «Три богатыря и Шамаханская царица».

До последнего времени в России не было полнометражных кинокартин, ориентированных на прибыль (В.И.Ситникова, А.Столетов, Т.С.Черевко).

Первой на этом рынке выступила студия из Санкт-Петербурга - «Мельница». Начавшая свою работу в 1999 году, в марте 2003 она выпустила мультфильм «Карлик Нос», который сильно напоминал по формату мультфильмы из диснеевской классики.

Вскоре «Мельница» выпустила невероятно успешные фильмы про богатырей. Лента «Илья Муромец и Соловей-разбойник» собрала в прокате рекордную для российского анимационного рынка сумму в 9,7 млн. долларов. Следующим успешным проектом стал фильм студии «Солнечный дом» «Князь Владимир»: бюджет – 5 млн. долларов, сборы в России – 5,4 млн. долларов. Инвесторы начинают смелее вкладываться в масштабную анимацию.

В целом можно говорить о том, что российские производители постепенно осваиваются на рынке полнометражной анимации, и таких проектов у нас становится все больше.

В 2011 году вышли «Смешарики. Начало», история тараканьей любви «Кукарача», «Иван царевич и Серый Волк». Последний, стартовав под Новый год, попал в десятку самых прибыльных фильмов 2012 года.

В 2012 году состоялась премьера мультфильмов «Как поймать перо Жар-птицы», «От винта», «Московская сказка». Вновь получила развитие тема русских богатырей: студия «Мельница» выпустила «Три богатыря на дальних берегах».

В январе 2013 года вышел мультфильм «Снежная королева» по сказке Андерсена. В этом же году планируется выход мультфильмов «Последний человек Атлантиды», «Волшебник Изумрудного города», «На краю света», «Белка и Стрелка: лунные приключения», «Иван Царевич и Серый Волк 2».

После демонстрации в кинотеатрах полнометражные анимационные фильмы традиционно попадают на телевизионные экраны. Так, в списке Топ-20 программ канала СТС (январь-июнь 2012 года) они занимают более половины позиций. Среди лидеров симпатий зрителей СТС фильмы про Шрека («Шрек», «Шрек 2», «Шрек 3», «Шрек.

Страшилки)), Кунг-фу панду («Кунг-фу панда» и «Праздник кунг-фу Панды»), четыре российских ленты про богатырей («Три богатыря и Шамаханская царица», «Алеша Попович и Тугарин Змей», «Илья Муромец и Соловей-разбойник», «Князь Владимир»), а также «Мадагаскар-2» и «В поисках Немо». Все это говорит о том, что полнометражная анимационная продукция востребована российскими телезрителями и, как следствие, развлекательными каналами, ориентирующимися на более молодую в сравнении с каналами общего интереса аудиторию.

*Художественные фильмы для детей* - детские игровые полнометражные фильмы, хронометраж которых обычно составляет от 80 до 180 мин. (Впрочем, различные структуры имеют свои представления о его минимальной продолжительности - в частности, в Голливуде (премия «Оскар») придерживаются 40-минутной границы, разделяющей короткометражный и полнометражный фильмы.) В эту категорию попадают фильмы-сказки; экранизации литературных произведений; фильмы, героями которых являются дети и т. д. Среди них: «Добро пожаловать, или Посторонним вход воспрещен» (1964), «Кашей Бессмертный» (1944), «Золушка» (1947), «Пеппи Длинныйчулок» (1987) и др [3, с.17].

Советский период был золотым веком художественных фильмов для детей. Тогда появились фильмы Александра Птушко: «Новый Гулливер» (1935), «Каменный цветок» (1946), «Илья Муромец» (1956), «Алые паруса» (1961), «Сказка о царе Салтане» (1966), «Руслан и Людмила» (1976) и др.

Известным мастером детского кино был советский режиссер Александр Роу. «По щучьему веленью» (1938), «Василиса Прекрасная» (1939), «Конек-Горбунок» (1941), «Новые похождения Кота в сапогах» (1957), «Морозко» (1965) - вот лишь неполный список его сказок.

В жанре детских фильмов также работал Ролан Быков. Он стал режиссером таких лент, как «Семь нянек», «Пропало лето», «Айболит-66», «Внимание, черепаха!», «Автомобиль, скрипка и собака Клякса» и др.

Детские фильмы в СССР выходили не только по мотивам народных сказок и произведений литературы («Рикки-Тикки-Тави» 1976, «Остров сокровищ» 1982 и др.),

но и создавались на основе оригинальных сценариев: «Добро пожаловать, или посторонним вход воспрещен» (1964), «Таинственная находка» (1953), «Фантазеры» (1965) и т. д.

Выходили также музыкальные фильмы для детей, главными хитами среди которых были двухсерийная лента «Приключения Буратино» (1975), трехсерийный фильм «Приключения Электроника» (1979), фильмы про Петрова и Васечкина (1983-1984).

В России в жанре детского кино были выпущены считанные картины. Так, в 2009 году вышел фильм «Щенок». Создатели не раз признавались, что он, хотя и был востребован зрителем, оказался совершенно нерентабельным проектом.

В 2011 году появилась «Реальная сказка» про мальчика Сашу, который ищет свою сестру Олесю и сталкивается со сказочными персонажами, переселившимися в обычный мир.

В 2012 году вышла лента «Сказка. Есть». Ее герои - обычные дети XXI века, попадающие в волшебный мир. Кроме того, появился фильм «Мама в командировке» про 12-летнего Васю, которому бабушка-ведьма передает свои необычные способности; телефильмы «Бегство рогатых викингов» и «Тайна Егора», снятый для телеканала «Звезда». В последнем 12-летний Егор, увлекающийся компьютерными играми, едет в деревню и познает там радости жизни без видеоигр.

В 2013 году на большие экраны должны попасть детские ленты «Страна хороших деточек» и «Честное пионерское».

А.В.Вырковский, А.А.Гладкова, Т.С.Черевко считают, что в России сегодня наблюдается явный дефицит детских художественных фильмов. Долгое время они просто не снимались, что связано с отсутствием заинтересованности в них федеральных каналов. Вещателям гораздо проще заполнить детские блоки сериальной продукцией, нежели снимать (покупать) полнометражные фильмы для детей. Их создание практически невозможно без помощи государства.

*Мультипликационные (анимационные) сериалы* - это продукт, имеющий значительное количество стандартных по хронометражу серий и созданный непосредственно для телевизионной трансляции (И.А.Полуэхтова). К категории мультипликационных сериалов относятся «Смешарики», «Клуб Микки Мауса» и др.

Наиболее востребованный «детский» телевизионный формат - это анимационные сериалы. Данный продукт удобен для телеканалов, поскольку имеющие равную длину серии легко вписываются в сетку вещания. Кроме того, отсутствует необходимость в продвижении каждого эфира: по законам сериального жанра, любая серия является по сути рекламой последующей. Зрители легко и быстро привыкают к сериалам; они способны привлекать и удерживать аудиторию в течение длительного периода времени.

Первые отечественные анимационные сериалы появились еще в советские годы. Это легендарный «Ну, погоди!» (20 выпусков, 1969 - 2005 гг.), мультфильмы про Чебурашку и крокодила Гена (4 серии, 1969 - 1983), жизнеописание кота Леопольда (11 серий, 1975 - 1987 гг.), приключения попугая Кеши (7 серий, 1984 -2006), «Трое из Простоквашино» (3 серии, 1978 - 1984 гг.). До сих пор все они пользуются неизменной популярностью и у детей, и у их родителей, и даже у зарубежной аудитории.

Так, мультфильм «Чебурашка и крокодил Гена» в 2001 году в Японии посмотрели 700 тыс. человек. После этого в Стране восходящего солнца был создан официальный сайт Чебурашки, а затем японские и южнокорейские мультипликаторы заново создали серию «Крокодил Гена» и еще две абсолютно новых истории: «Чебурашка и цирк» и «Советы Шапокляк». Мультфильм был из кукольного превращен в красочный рисованный мультсериал.

Кризисные 1990-е гг. нанесли серьезный удар по российским анимационным студиям. Отсутствие финансирования заставляло лучших специалистов либо уезжать из страны, либо работать на зарубежных партнеров. К концу 1990-х гг. по телевидению можно было увидеть лишь анимационные заставки и рекламу отечественного производства.

Однако в 2000-е гг. наметился перелом, появился ряд успешных проектов в жанре анимационного сериала. В частности, в 2004 году вышли «Смешарики» студии



«Петербург» (при участии «Мастер-фильм»), выполненные в упрощенной технике флеш-анимации. У сериала 208 серий; продолжительность каждого эпизода составляет 6,5 мин.

Помимо самого сериала существует целый ряд смежных проектов: «Азбука со Смешариками» - сборники видеосерий, посвященных безопасности, здоровью, вежливости и т. д.; мультсериал «Пин код», цель которого – формировать у детей интерес к изобретательству, техническому творчеству и науке; а также полнометражный анимационный фильм «Смешарики. Начало» в формате 3D (2011). С 2012 года в 3D также стали делать новые серии основного сериала, планируется, что их будет 52.

Популярность «Смешариков» достигла такого уровня, что создатели этого проекта едва ли не впервые в России смогли развернуть программу продажи товаров с изображениями (участием) их персонажей. «Смешарики» становятся героями книжек, компьютерных игр, учебников, канцтоваров, не говоря уже об огромном выборе всевозможных игрушек.

Другой петербургский сериал - «Приключения Лунтика» - с 2006 года транслируется в прайм-тайм по каналу «Россия 1», в рамках программы «Спокойной ночи, малыши!». Проект сделан студией «Мельница» и рассчитан на самого маленького зрителя. Продолжительность каждой серии составляет 6 мин. У сериала 6 сезонов, в настоящий момент идут съемки седьмого.

Бесспорно удачным можно считать мультфильм «Маша и Медведь», выпущенный в 2009 году анимационной студией «Анимаккорд». Число серий в настоящий момент приближается к тридцати. Первый спин-офф сериала – «Машины сказки». Это 12 выпусков, где Маша рассказывает своим игрушкам, Кукле и Мишке, традиционные для жителей России сказки: «Гуси-лебеди», «Волк и семеро козлят», «Красная Шапочка» и т. д.

В 2010 году состоялась премьера сериала «Фиксики». Его создала студия «Аэроплан» по мотивам повести Эдуарда Успенского «Гарантийные человечки». К настоящему времени снято 44 серии по 6 мин., планируется – 156 серий.

*Детские телесериалы* - художественное или документальное произведение для детей, состоящее из множества серий и предназначенное для демонстрации по телевидению («Н2О: Просто добавь воды», «Папины дочки», «Танцевальная лихорадка») и, в основном, для просмотра детьми от 7 лет.

Советский период был совершенно не богат сериалами. Даже для взрослых их были сняты единицы. Впрочем, в этот жанр идеально вписывается «Ералаш», насчитывающий 19 сезонов. Среди проектов, способных вызвать интерес у детей, можно также вспомнить приключенческий мини-сериал Станислава Говорухина «В поисках капитана Гранта» (1985 год; выпущено 7 серий по 64 мин.) и шестисерийный приключенческий фильм «Два капитана» (1976).

В настоящее время в российском телеэфире представлено множество сериалов отечественного производства, но среди них сложно найти те, что рассчитаны непосредственно на детскую аудиторию. В определенной мере этот сегмент занимают проекты, позиционируемые как сериалы для семейного просмотра. В частности, оригинальный российский ситком «Папины дочки», имеющий категорию «12+». В нее же попадают российские версии американских проектов «Моя прекрасная няня» и «Кто в доме хозяин?». Поскольку в число главных героев в этих сериалах входят дети, можно предположить, что они могут заинтересовать юную аудиторию.

Два по-настоящему детских сериала появились в 2012 году – «Полосатое счастье» и «Приколы на переменке».

«Полосатое счастье» – сериал про 9-летнего мальчика и хитрого кота, показанный в 2012 году каналом СТС, снят «Студией 217», 12 серий по 48 мин. Генеральный продюсер проекта – генпродюсер «СТС Медиа» Вячеслав Муругов.

«Приколы на переменке» – первый российский сериал, произведенный студией *Disney* (2009-2011 гг.). Это рассказ о приключениях школьных друзей, попадающих в различные комические ситуации. Сериал включает 73 серии продолжительностью 4-7 мин.

Появление сразу двух новых сериалов для детей на российском телевидении говорит о том, что данный продукт востребован рынком и аудиторией. Как видим, производство детских сериалов на данном этапе напрямую связано с программной политикой телеканалов.

*Детские программы* - это программы, адресованные зрителям дошкольного, младшего школьного и подросткового возраста. Их цель – всестороннее воспитание и образование, социализация подрастающего поколения. По жанрам и форматам детские программы многообразны: телеконкурсы («Один против всех», «Звёздная команда» обучающие программы («Дорожная азбука», «Маленький шеф», «Funny English», «Бериляка учится читать», «Мультстудия», «Подводный счёт» и др.), трансляции детских праздников («1 июня», «1 сентября», «Смешные праздники» и др.), встреч детей с интересными людьми («Мультстудия», «Мастер спорта» и др.) и т. д. К жанру детских программ относятся «Спокойной ночи, малыши!», «Бериляка учится читать», «АБВГ Дейка» и др [2, с.18].

Телевизионные программы более других телепродуктов отражают менталитет нации, к которой принадлежат создатели. Это связано с тем, что, в отличие от мультфильмов, работающих с условной реальностью, «живая» картинка требует максимальной культурной адаптации. Несмотря на то, что в российском эфире представлено достаточно много программ для детей отечественного производства, абсолютное большинство из них делают сами телевещатели. Так, программы «В гостях у Витаминки», «Жизнь замечательных зверей» и «Мультстудия» производит «Первый канал»; «НЕОкухню», «Звездную команду» и «Школу волшебства» - ВГТРК и т. д. Небольшие каналы также создают собственные программы: например, «Мать и дитя» самостоятельно производит до 75% проектов.

Телеканалы создают контент прежде всего для того, чтобы заполнить собственный эфир, и лишь затем он перепродается другим вещателям. Соответственно, те из них, кто не имеет собственной производственной базы, вынуждены ставить в эфир повторы коллег либо отказываться от детских телевизионных программ в пользу других жанров

– чаще всего анимации. На нее и на художественные фильмы для юных зрителей, в частности, делает ставку телеканал «Детский мир».

Независимых студий, специализирующихся на производстве детских программ, в России практически нет. Можно выделить лишь телекомпанию «Класс!», которая была создана в 1994 году, а в 2002 вошла в холдинг «ТМК-Медиа». Именно она более 15 лет подряд производит легендарную «Спокойной ночи, малыши!». На счету телекомпании также такие проекты, как «До 16 и старше», «Зов джунглей», «Рок-урок», программа о школьной жизни «Как-то раз», телеигра «Лего-го», музыкальная программа «Без репетиций», познавательно-развлекательный канал «Отчего? Почему?» («ТВ Центр»), программы «Не зевай!», «Классная компания», «Ням-ням», «Кварьете «Веселая КВАмпания». Телекомпания «Класс» работала с такими крупными вещателями, как «Первый канал» (в том числе, когда он был еще ОРТ), «Россия 1», «Россия К», «ТВ Центр», «Бибигон», «Карусель».

При этом появление на рынке телекомпаний, аналогичных «Класс!», было бы выгодно и вещателям, и зрителям. Приобретение программ у стороннего производителя позволяет телеканалу получить контент более высокого качества за меньшие деньги (продакшн-компании обычно зарабатывают на многократной продаже одного и того же продукта) и не превратиться в гигантскую неповоротливую структуру с бесчисленным количеством сотрудников. Зритель же выигрывает от того, что в эфир попадает больше качественных и интересных программ.

В то же время для традиционного эфирного телевидения детское вещание является частью социальной функции. Поэтому наличие детских телепрограмм на телевидении обычно требует стимулирования в виде обязательств, которые накладывают на вещателей законы и регламенты. Среди последних можно выделить:

- специальные законы, накладывающие обязательства в области детского вещания (ФЗ РФ от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») [4, С.10-12];
- разделы, посвященные детскому вещанию в общих законах о СМИ или о связи (Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе") (Федеральный закон от

13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе". [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_147351/?frame=1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_147351/?frame=1). (Дата обращения: 06.06.2014);

- обязательства внутри документов, регулирующих деятельность общественных телеканалов (Указ Президента РФ от 24 июня 2009 года № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах») (Указ Президента Российской Федерации от 24 июня 2009 г. №715. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2009/06/25/teleradio-dok.html> (Дата обращения: 6.06.2014).

Как считает М.Е.Аникина, Т.В. Коломиец, А.В.Толоконникова, долгое время в России не было законодательства, регулирующего телевизионный эфир на предмет пользы или вреда телевизионных программ для детей. Согласно Семейному кодексу, о психическом, духовном и нравственном развитии ребенка должны заботиться их родители. Однако 1 сентября 2012 года вступил в силу федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (ФЗ РФ от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»). Он приблизил российское законодательство к правовым нормам таких стран, как США, Германия, Франция, Швеция, Япония, где доступ юных зрителей к информационной продукции давно и успешно регулируется.

Теперь в период с 4 часов утра до 23 часов вечера по местному времени в российском эфире не могут появляться программы, способные спровоцировать у детей панику, страх, оправдывающие насилие и противоправное поведение. Закон также запрещает распространение эротических программ и информации, которая может вызвать у детей тягу к употреблению наркотиков, алкоголя, к азартным играм, а также потенциально способна побудить их к причинению вреда себе и окружающим, суициду. Нецензурная брань также не может звучать в эфире, зато в отношении «цензурной» действуют более мягкие ограничения: ее не должно быть в эфире с 7:00 до 21 часа, как и нейтральных сцен половых отношений [3, с.61].

На каждой телепрограмме сейчас стоит специальный знак, предупреждающий о том, насколько ее содержание соответствует определенному возрасту ребенка. При этом классифицировать программы и присваивать им соответствующую маркировку

могут лишь эксперты и организации, аккредитованные Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзором).

В то же время есть ряд телевизионных продуктов, на которых не распространяются столь жесткие ограничения. В дневное время и без маркировки могут выходить программы прямого эфира. Это связано с тем, что заранее предсказать развитие их содержания практически невозможно, а автоматическое присвоение им самой жесткой категории «18 +», вынудило бы такие программы выходить в эфир после 23:00, что неминуемо повлекло бы огромные потери аудитории как для самих программ, так и для целых телеканалов. Именно благодаря этому исключению сохранилось, к примеру, привычное время для выпусков новостей, которые в большинстве своем наполнены «недетским» содержанием.

Не попадают под закон и программы, «имеющие значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества. К этой категории потенциально относятся фильм «Приключения Тома Сойера», фильмы о Шерлоке Холмсе, а также комедии Леонида Гайдая «Бриллиантовая рука», «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика». Без маркировки на экраны также выпускаются рекламные ролики.

Детские блоки на эфирных каналах России ограничены по времени. При покупке телепрограмм вещатели нередко отдают предпочтение зарубежной анимационной продукции прошлых лет, которая стоит в разы дешевле, нежели премьерные показы или современная российская анимация. Доля отечественных мультфильмов на крупнейших федеральных телеканалах сегодня составляет лишь 13%, и почти половина этого контента создана еще во времена СССР (По данным исследовательской компания KVG Research, 2011 год).

Помимо закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» значительные ограничения на трансляцию детских телепрограмм накладывает закон «О рекламе» (Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06.2013)). Согласно этому закону, детские и образовательные программы нельзя

прерывать рекламными роликами. Реклама может появляться перед началом либо после окончания программы. Время рекламных блоков лимитировано (Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе". [Электронный ресурс]. URL:[http://www.consul-tant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_147351/?frame=1](http://www.consul-tant.ru/document/cons_doc_LAW_147351/?frame=1). (Дата обращения: 15.10.2013).

Таблица 1

Допустимая продолжительность рекламных блоков  
в детских программах

Продолжительность детской/образовательной программы, мин.	Максимально допустимая продолжительность рекламного блока, мин.
Более 15	1
25	1,5
40	2,5
60 и более	3

В рекламе также нельзя показывать детей в опасных ситуациях, побуждать их нанести вред своей жизни и здоровью. Не допускается дискредитация родителей и воспитателей - запрещена любая информация, способная подорвать доверие к ним.

Часть запретов касается непосредственно позиционирования продукции. В рамках рекламы нельзя провоцировать ребенка убеждать взрослых, чтобы ему купили определенный товар. Недопустимо создавать у детей иллюзию того, что та или иная продукция доступна всем, вне зависимости от уровня достатка и имеющихся у данной возрастной группы навыков. Нельзя порождать мысли о том, что наличие какого-то товара может поставить ребенка в привилегированное положение перед сверстниками, а его отсутствие, напротив, удел неудачников. Формировать комплекс неполноценности

запрещено также в отношении внешних данных человека, что особенно актуально для подростков.

В «Кодексе профессиональной этики российского журналиста» сотрудников СМИ призывают с особой строгостью соблюдать некоторые нормы в случае, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних. В частности, речь идет о следующих моментах:

- придерживаться принципа, что любой человек является невиновным до тех пор, пока судом не доказано обратное;
- не называть по именам родственников и друзей тех людей, которые были обвинены или осуждены за совершенные ими преступления, за исключением тех случаев, когда это необходимо для объективного изложения вопроса;
- воздерживаться называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы (Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruj.ru/about/codex.htm>. (Дата обращения: 17.10.2013).

**Вывод:** Телевидение в России занимает уникальное место в системе средств массовой информации не только по объему времени, которое зрители проводят перед экранами, но и по влиянию на общественные дискуссии. Для абсолютного большинства россиян телевидение остается главным средством получения актуальной информации и развлекательных программ.

В настоящее время можно говорить о том, что российское законодательство в области регулирования детского телевидения постепенно приближается к нормам, действующим в странах Европы и США. основополагающую роль в этом сыграл недавно вступивший в силу закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Согласно данному закону, теперь на каждой программе должен стоять знак, предупреждающий о том, насколько ее содержание соответствует определенному возрасту. Вопрос, связанный с размещением рекламы в детских программах, достаточно успешно регулируется законом «О рекламе». Согласно этому закону, детские и образовательные программы нельзя прерывать рекламными роликами.



Основными видами детского телевизионного контента, представленными в российском эфире, являются: полнометражные («Ледниковый период», «Карлик нос») анимационные и художественные фильмы («Сказка. Есть», «Щенок»), мультипликационные сериалы («Смешарики», «Лунтик»), телевизионные программы («Звездная команда», «НЕОкухня»).

Нишу детских программ на российском телевидении в большинстве случаев заполняют мультипликационные сериалы. Несмотря на то, что в последние годы на рынке анимации появился ряд качественных сериалов для детей («Смешарики», «Маша и Медведь» и др.) и полнометражных фильмов (ленты про богатырей и т. д.), по-прежнему наблюдается дефицит российской продукции. Объемы производства отечественных студий не сопоставимы с зарубежными, в особенности с американскими.

В силу этого заманчивой целью для России становится построение самой анимационной индустрии, способной, с одной стороны, обеспечить зрителя интересной продукцией, с другой – приносящей прибыль.

### **Список литературы**

- 1.Алекберова, А.А. Понятие и система телевизионных жанров [Текст]/ А.А. Алкберова//Современная филология: материалы междунаро. науч. конф. (г. Уфа, аперель 2011 г.).- Уфа: Лето, 2011 – С. 230 – 234.
- 2.Беспалько, В.П. Слагаемые педагогические технологии [Текст]/В.П. Беспалько.- М.:Изд-во Педагогика, 1989. -192 с.
- 3.Вартанова, Е.Л. Телевидение для детей. Исследования особенностей производства, формирование и распространение программ. Мировой опыт [Текст]/Е.Л. Вартанова, О.В. Смирнова, Т.И. Фролова//Под общ. ред. Е.Л. Вартановой.- М: АИС Наука-МГУ (ИСТИНА), 2011 .- 80 с.
- 4.Немирович, А.А. Роль мультипликационного кино в решение задачи формирования медиаграмотности детей дошкольного возраста [Текст]/А.А, Немирич//Дистанционное и виртуальное обучение.- 2011. - №10. - С.31 – 38.