

УДК 374.32

Молодежная политика телевидения Германии на современном этапе

Старченков Александр Павлович

Аспирант, преподаватель,
факультет иностранных языков и регионоведения,
МГУ им. М.В. Ломоносова,
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, МГУ, 1-52;
e-mail: russistar@gmail.com

Аннотация

В современном мире телевидение несет большую ответственность за формирование мировоззрения молодежи, поскольку по-прежнему является важнейшим источником получения информации. В данной статье дается оценка особенностей немецкого ТВ-пространства, предназначенного для молодежи, его воспитательной роли, а также обозначены некоторые проблемы молодежного телевидения.

Для цитирования в научных исследованиях

Старченков А.П. Молодежная политика телевидения Германии на современном этапе // Культура и цивилизация. 2015. № 6. С. 176-188.

Ключевые слова

Молодежь, телевидение, СМИ, информация, ценности.

Введение

Телевидение – это относительно молодое средство массовой информации и организации досуга населения. За время острого противостояния социали-

стического и капиталистического лагеря суть телевизионных передач не слишком сильно изменилась.

Влияние телевидения на общественное мнение и мировоззрение не ослабевает. Создаются новые способы и методы привлечения аудитории. В данной работе будет сделана попытка провести исследование, опираясь на уникальность и традиционность германской культуры и менталитета. Здесь необходимо отметить, что все изменения в сфере телевизионного вещания происходят на фоне обострившейся конкуренции с интернетом.

В то же время воспитательная роль телевидения все чаще подвергается критике, которая вызвана перманентно транслирующимися программами и фильмами, где присутствуют низкопробный юмор, псевдоэротика и насилие. Параллельно телевидение продолжает декларировать идею о том, что развлекательная составляющая в программах является всего лишь современным способом воспитания молодого поколения. Иногда в погоне за быстрым успехом и славой авторы прибегают к совершенно разным жанровым стилям с целью создания чего-либо оригинального. Однако результат непродуманной эклектики зачастую оказывается плачевным, а именно: падает интерес к подобным передачам и как следствие к телевидению в целом, а если первого не происходит, то низкосортные передачи навязываются, и как следствие, понижается общий образовательный уровень телезрителей.

В современном мире телевидение несет большую ответственность за формирование мировоззрения молодежи, поскольку по-прежнему является основным источником получения информации.

А.Новикова в своем исследовании заметила, что «сегодня в области медиаисследований происходит смена поколений» [Новикова, 2008, 8], так как некоторые ученые уже ушли из жизни, а на смену им пока никто не пришел. В связи с этим возможно формирование одностороннего взгляда на проблемы современного ТВ либо недостаточное и посредственное знание современных форм и тенденций западного телевидения.

Все вышеозначенное побудило провести исследование телевидения одной из передовых европейских стран – Германии.

Новизна данной работы заключается в попытке проследить, в какой степени молодежные программы отражают реальную жизнь современной немецкой молодежи. В рамках изучения телевидения Германии затрагиваются в основном исторические аспекты его развития, уделяется внимание региональным особенностям. Однако исследования, посвященные отношению отдельной социальной группы и телевидения, не проводилось. Основные причины могут заключаться в том, что информационные материалы телевидения (медиаотека) по-прежнему труднодоступна, а также в том, что развитие информационного общества сейчас переходит на новый уровень.

Специфика молодежных программ на современном телеэкране Германии

Сегодня область воспитания молодого поколения сталкивается с множественными проблемами. И общественные проблемы часто возникают из-за неправильного воспитания детей. В связи с этим в Германии пристальное внимание обращено на визуальные СМИ, так как телевидение, кино и игры относятся к нашей повседневной жизни.

С точки зрения психологии человек уже не мыслит себя вне информационного поля, которое предоставляет телевидение. Ведь уже с младенчества дети слушают звуки, которые производит телевизор, а по прошествии нескольких лет ребенок превращается в активного телезрителя, и потому неудивительно, что телевидение оказывает влияние на развитие юного сознания. Сознание воспринимает информацию, мозг перерабатывает ее и откладывает в «долгосрочное хранилище». Молодые зрители идентифицируют себя со своими любимыми телегероями. Они чувствуют свою принадлежность к ним и развивают чувственную связь с ними.

В настоящее время молодежь исповедует иные ценности, имеет иные нравы, интересы, увлечения. Но программы общественно-правового телевидения Германии призваны донести до молодежи понимание того, что она не должна забывать о вечных общечеловеческих духовно-нравственных ценностях, без которых невозможно формирование полноценной личности. И по мере того как

усиливается роль СМИ в жизни молодежи, растут и требования к ее медиаграмотности, которая поможет молодым людям выбрать необходимые медиаресурсы, способные сделать жизнь осмысленной и интересной. Медиаресурсы, в свою очередь, должны стремиться отвечать интересам современной молодежи, но при этом не направлять по ложному пути, не способствовать развитию негативных черт, а, напротив, способствовать проявлению самых позитивных настроений. Зигрид Шадэ и Зильке Венк в своей работе «Studien zur visuellen Kultur» подчеркивают: «Масс-медиа, которые давно сделали неактуальными границы публичного и приватного пространства, сталкиваются с нами ежедневно посредством изображений из области рекламы, экономики, политики и искусства, посредством сцен насилия, порнографии и ненависти. В политике и поп-культуре основополагающими кажутся не компетентность, содержание и способности, а скорее, способ, как подать себя в СМИ, чтобы выиграть выборы, возглавить хит-парады и лидировать в количестве просмотров» [Schade, Wenk, 2011, 7].

Телевидение стало социальным средством. Наряду с прямыми контактами людей, оно принимает активное участие в социализации молодежи, готовит ее к жизни. Телевидение влияет на поведение молодого человека, что, в свою очередь, влияет на дальнейшее течение его жизни. Телевидение показывает направление, в котором нужно двигаться, чтобы добиться желаемого. Пример телевидения Германии, транслирующихся на нем программ убедительно показывает, что оно сообщает и типы поведения, будь то контакты между людьми, отношение к природе, политике, спорту и многим другим сферам общественной жизни. В связи с этим на телевидение возлагается ответственная задача по воспитанию молодежи. В телевизионной тематике обязательно должно отводиться время для таких передач, где сообщалось бы о морали, соблюдении правил, нравственных ценностях, здоровье тела и души.

Каналы ARD и ZDF создали новый проект – совместный ARD/ZDF молодежный канал для 10–29-летних. В группу вошли успешные, популярные молодежные радиоволны, а также online-предложения. Доступность для молодежи останется главным приоритетом. В то же время существует ряд проблем,

связанных со сложностью дефиниции понятия молодежи. «Из-за изменчивости, многослойности и постоянной гомогенности данной целевой группы отсутствует ясное представление о ней. Однако именно эти особенности могут рассматриваться с позитивной точки зрения. Уже в процессе развития и созревания, который проходят молодые люди, возникает много проблем и вопросов, которые могли бы быть взяты на вооружение и подстроены под молодежный формат. Большой выбор тем, который при этом возникает, исключил бы недостаток в новых ТВ-форматах» [Brennecke, 2013, 10].

На телевидении Германии создано множество разнообразных молодежных программ, которые охватывают все сферы человеческой жизни, они знакомят молодых зрителей с другими странами, особенностями культуры, уникальной природой, редкими ремеслами, секретами создания и устройства различных предметов, учат умению общаться, устанавливать дружеские отношения, оказывать помощь, быть терпеливыми и милосердными; воспитывают любовь к природе, приверженность к здоровому, спортивному образу жизни; учат размышлять и созидать, критически и творчески относиться к окружающей действительности, стремясь в то же время к совершенству и активно участвуя во всех сферах общественной жизни.

Авторы программ для молодежи на телевидении Германии, безусловно, очень ответственно относятся к созданию передач, их проекты интересны, динамичны и креативны. Все сюжеты, фотозарисовки, фильмы, репортажи сделаны с учетом возрастной категории, интересов молодого зрителя. Программы затрагивают многие проблемы данной социальной группы: искания, переживания, конфликты. Форматы программ выстроены таким образом, чтобы молодой человек за непродолжительный период времени получил максимум нужной и полезной информации из самых разных сфер жизни как самой Германии, так и всего мира, и в то же время не был перегружен информацией, и у него хватило бы времени на осознание и анализ.

Для создания молодежных программ используются практически все тележанры: обозрение, дискуссия, документальный телефильм, очерк, зарисовка, беседа, фотозаметка, интервью, ток-шоу, игра, развлекательный формат и многие другие, а также всевозможные их комбинации и «миксы». При ана-

лизе содержания телевизионных программ наиболее продуктивным и показательным станет контент-анализ с элементами семиотического подхода, поскольку в случае с телевидением мы имеем дело с комплексной знаковой системой.

Одним из самых известных и популярных молодежных каналов является канал KiKa. Соответствующую возрастным потребностям информацию предлагает выпуск детских новостей *Neuneinhalb* («Девять с половиной»), также используются известные и проверенные информационные и познавательные форматы: *Wissen macht Ah!* («Узнай и удивись!»), *Willi will wissen* («Вилли хочет знать»). Занять свое место и получить признание молодой целевой группы смог выпуск *Tagesschau* («Новости»): 310 тысяч телезрителей.

Программная сетка первой половины дня KiKa выстроена по возрастному принципу. Эта стратегия появилась благодаря тому, что дети подросткового возраста в течение первой половины дня постепенно знакомятся с новыми программами. Изображение жизни молодежи в художественном формате является важным элементом телевоспитания: например, сериал *Rennschwein Rudi Rüssel* («Беговая свинка Руди Руссель») и другие, в развлекательной манере отображающие актуальные общественные темы. Они выполняют и педагогическую функцию, поскольку посредством связи приближенного к жизни напряженного сюжета и демократических и этических ценностей передают положительные личностные образы. Это в той же степени относится к информационному короткометражному документальному формату: *Forsetzung folgt* («Продолжение следует») или *Schulschloss* («Школьный замок»).

Важнейший аспект детских программ: уже с детства юных телезрителей воспитывают в духе толерантности. Маленький человек должен понимать, что отличие по цвету кожи, манере говорить и воспринимать окружающую действительность не дает право оценивать человека иной национальности и цвета кожи как низшее существо. Речь идет о том, что любой человек на земле, где бы он ни родился, ни жил и ни учился, может развить свои способности и таланты – для этого нужно только желание, терпение и упорство.

Довольно смелой и откровенной и в то же время познавательной и увлекательной является телепрограмма *NightWash* («Ночная стирка»), в которой

пятеро молодых людей говорят об актуальных проблемах Германии, а также подшучивают над человеческими странностями жителей как собственной страны, так и всего мира, а также над современной цивилизацией в целом. Особенность этой программы в том, что ей присущи самоирония и добрый интернациональный юмор. В шоу участвует молодежь самых разных национальностей, которые с помощью вполне политкорректных шуток пропагандируют здоровое общение между нациями и расами, пытаются искоренить всевозможные фобии, воспитывают способность понимать и уважать культуру разных народов и снисходительно относиться к желанию людей подшучивать друг над другом. К примеру, юноша из Турции высказал такой шуточный афоризм: «Члены партии NPD¹ уже пишут свои флаеры на турецком языке, поскольку как бы ни были различны культуры – они должны сблизиться...» Шутки немцев о китайцах выглядят так: «Мы очень рады, что сегодня в нашей студии присутствуют друзья из Китая, и надеемся, что они что-нибудь смогут понять из нашей беседы». Эти юмористические умозаключения вызывают всеобщий смех и дарят хорошее настроение.

Следует также сказать о том, что все без исключения программы пронизаны любовью к родной стране – к Германии, например передача *Nadia auf den Spuren der Liebe* («Надя по следам любви»). Во всех программах есть зарисовки и короткие репортажи, которые посвящены красоте природы Германии, уникальности ее традиций и ремесел, особенностям национального характера; показано очарование городов, трудолюбие и гостеприимство жителей Германии. Для того чтобы страна процветала, молодежь должна принимать участие во всех сферах общественной жизни и делать это осознанно, творчески.

Безусловно, чтобы выдерживать конкурентную борьбу с популярными американскими кинолентами с многомиллионными бюджетами, необходимо придавать собственным фильмам неповторимость и актуальность – и создателям немецкого ТВ удастся делать это.

Все молодежные программы учат молодых людей учиться. И умение учиться передается в самом широком смысле: осваивая и преобразовывая мир, познавать его и делать это в конструктивном сотрудничестве с другими людьми.

1 Национальная партия Германии.

Умея учиться, человек становится зрелым. Умение учиться основано на каждодневном кропотливом труде и самосовершенствовании.

Адаптация молодежного телевидения в современном немецком обществе

Молодость в отношении развития личности является универсальным периодом времени. Прежде всего, это социокультурный феномен, который подчинен в своих проявлениях историческому и общественному измерению. Изменения во всем обществе тянут за собой перемены в «молодой фазе», и, возможно, поэтому непрерывная трансформация общества делает задачу определения этого понятия таким сложным.

Вопрос об общем влиянии телевидения на молодежь остается открытым, так как воздействие телепрограмм велико, и оно может быть очень опасным. «Визуальная культура охватывает не только «видимое», но и «невидимое», поэтому здесь возникает проблема ответственного отношения к «изображению». Безусловно, «изображения» связаны с культурным, субъективным, историческим и другими контекстами», – пишут Шадэ и Венк [Schade, Wenk, 2011, 8].

Однако если молодые люди по многу часов смотрят телевизор, они упускают возможность заняться чем-либо другим, что в долгосрочной перспективе может быть очень важным для развития их личности.

Состояние грамотности молодежи Германии уже давно беспокоит ответственность страны. Очевидным фактом стало то обстоятельство, что многие молодые люди уже неприспособленны к жизни и безыдейны, они ждут только того момента, когда вновь окунутся в чужие фантазии и радости. Такие люди не вызывают тревог и не беспокоят общество, и то, что они в социальном отношении неполноценны и развитие способностей у них замедлено, выясняется слишком поздно.

Следует также отметить, что телевидение оказывает столь большое влияние на детей и молодежь потому, что институты, которые занимаются с детьми, в том числе и в Германии, функционируют не так, как должны. Семья и школа являются факторами, которые могут контролировать это воздействие.

А так как они зачастую не проявляют интереса или не способны это сделать, молодым людям не остается ничего другого, как самим пытаться понять схемы воздействия СМИ.

Телевидение не способно преподать или научить молодого человека тому, что ему нужно делать и как себя необходимо проявлять, чтобы стать взрослым. Оно предлагает развлечение, и это иногда неплохо. Оно может передавать информацию, и это также позитивно. Однако телевидение – это не средство, чтобы передать молодежи именно те знания, которые помогут ей быть социально компетентной.

Необходимо также отметить следующий важный аспект. Большая часть молодой аудитории предпочитает использовать компьютер и для получения какой-либо информации, и для развлечений. Истории уже известно о возникшей конкуренции между радио и телевидением, когда последнее начало завоевывать мировое пространство. Однако впоследствии радиовещание смогло занять свою информационную нишу, которая оказалась востребованной и популярной. Идентичная картина наблюдается и на современном этапе развития высоких технологий.

Конкуренция телевидения и интернета в Германии усиливается, и интернет среди молодежи, несомненно, доминирует, однако пока нельзя утверждать, что за ним будет абсолютная победа. В настоящее время имеет место некий симбиоз интернета и телевидения: например, просмотр какой-либо передачи через интернет стимулирует телепросмотры, или наоборот, когда речь идет о дополнительных материалах и расширенной информации.

В адрес немецкого телевидения для молодежи звучит критика и иного плана. По статистике, телевидение востребовано, и молодые люди проводят перед телевизором довольно много времени, однако таких передач, которые могут по-настоящему увлечь, слишком мало. По словам телевизионных критиков, «каналов много, а программ нет» [Baetz, 2011, www].

Исходя из результатов проведенного исследования, представляется возможным рекомендовать авторам, создающим программы для немецкой молодежи, сделать их более реальными в своем роде. Проблема в том, что многие передачи, несмотря на их точность, достоверность и непредвзятость, являются

своеобразными штампами в немецкой интерпретации. Например, некоторые программы существуют до тех пор, пока себя не исчерпают, или существуют передачи, создающиеся по образу и подобию, к примеру, американских проектов, которые хорошо себя зарекомендовали, но для немецких зрителей они все-таки являются всего лишь схемами, которые мягко «навязываются» немецкой молодежи. Многие программы и фильмы созданы таким образом, что они не позволяют молодому человеку ментально выйти за рамки собственной страны, по-настоящему заинтересоваться культурой, традициями, особенностями других стран. Во многих программах существует скрытый подтекст, говорящий о том, что в мире много необычного, увлекательного, неизведанного, но в Германии все, без сомнений, лучше и прогрессивнее, аккуратнее и правильнее, нежели в других странах, что немецкое устройство общества самое прогрессивное по сравнению с другими.

В результате наблюдается индифферентность молодых людей Германии к вопросам общественной жизни других стран и даже всего мирового сообщества; нередко знания, полученные после просмотра телепрограмм, носят поверхностный характер, то есть просто показана красивая, а зачастую и психоделическая картинка, которая доставляет удовольствие, дает позитивный настрой, но не побуждает молодого человека к приобретению новых и более широких знаний. Слабый интерес немецкой молодежи к иностранным языкам также в определенной степени тормозит процесс познания.

Известно, что немцы – одни из самых активных путешественников в мире, но если побеседовать с молодым человеком о стране, в которой он был и спросить о подробностях, нередко его ответ будет звучать почти так, как об этом с иронией говорится в программе *Coldmirror*: «Draußen!», что на разговорном языке означает «где-то там», «во вне», или просто «за границей» [Nächste Sendung, www].

«Сложность эстетического рассмотрения телевидения в значительной мере обуславливается тем, что развитый эстетический анализ должен быть направлен на понимание того или иного явления культуры (в том числе и телевидения) в единстве всех его физических, физиологических, психологических и социальных смыслов и свойств» [Терин, 2002, www].

Заключение

Безусловно, проблемы молодежной коммуникации – одни из важнейших в современном мире. Программы германского телевидения очень точно отражают действительное положение дел в обществе и призывают молодых людей не замыкаться в своем выдуманном мире, учиться открытому общению, сообща решать проблемы, помогать друг другу в сложных ситуациях, не лишать себя радости живого общения, так как это является важной составляющей создания гармоничной жизни. Все молодежные программы учат молодых людей учиться, что трактуется в самом широком смысле: осваивая и преобразовывая мир, познавать его и делать это в конструктивном сотрудничестве с другими людьми. Умея учиться, человек становится зрелым. Умение учиться основано на каждодневном кропотливом труде и самосовершенствовании.

Библиография

1. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. М., 2008. 208 с.
2. Позина М. Б. Психология и педагогика. М., 2001. 97 с.
3. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада. М., 2002. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Terin/05.php
4. Baetz B. Kreativität kontra Quote. 2011. URL: <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/1484425/>
5. Brennecke M. Das ewige Scheitern: Jugendfernsehen in Deutschland. Diplomarbeiten Agentur, 2013. 64 S.
6. Nächste Sendung, coldmirror. URL: http://www.einsfestival.de/sendungen/coldmirror.jsp?video=/videos/coldmirror/video_xml/2011/110804_coldmirror_folge11.xml&seite=2
7. Schade S., Wenk S. Studien zur visuellen Kultur – Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld. Verlag Bielefeld, 2011. 232 S.
8. Schumann U.-J. Geliebte Glotze: Die aufregende und amüsante Geschichte unseres Fernsehens. München: Herbig, 1991. 253 S.

Today's youth policy of German television

Aleksandr P. Starchenkov

Postgraduate, Lecturer,
faculty of foreign languages and area studies,
Lomonosov Moscow State University,
119991, 1-52, Leninskie gory, MSU, Moscow, Russian Federation;
e-mail: russistar@gmail.com

Abstract

In the modern world television bears a great responsibility for forming young people's way of thinking, since it is still the main source of information. In this article the particularities of German TV-area for the young people are assessed as well as its education role. Some issues of the youth television are also touched upon.

For citation

Starchenkov A.P. (2015) Molodezhnaya politika televideniya Germanii na sovremennom etape [Today's youth policy of German television]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 6, pp. 176-188.

Keywords

Youth, television, mass media, information, values.

References

1. Baetz B. (2011) *Kreativität kontra Quote*. Available at: <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/1484425/> [Accessed 15/06/15].
2. Brennecke M. (2013) *Das ewige Scheitern: Jugendfernsehen in Deutschland*. Diplomarbeiten Agentur.
3. *Nächste Sendung, coldmirror*. Available at: http://www.einsfestival.de/sendungen/coldmirror.jsp?video=/videos/coldmirror/video_xml/2011/110804_coldmirror_folge11.xml&seite=2 [Accessed 23/06/15].
4. Novikova A.A. (2008) *Sovremennye televizionnye zrelishcha: istoki, formy i metody vozdeistviya* [Modern television spectacle: the origins, forms and methods of influence]. Moscow.

5. Pozina M.B. (2001) *Psikhologiya i pedagogika* [Psychology and pedagogy]. Moscow.
6. Schade S., Wenk S. (2011) *Studien zur visuellen Kultur – Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld*. Verlag Bielefeld.
7. Schumann U.-J. (1991) *Geliebte Glotze: Die aufregende und amüsante Geschichte unseres Fernsehens*. München: Herbig.
8. Terin V.P. (2002) *Massovaya kommunikatsiya: issledovanie opyta Zapada* [Mass communication: a study of the West experience]. Moscow. Available at: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Terin/05.php [Accessed 22/06/15].