

УДК 655.512.3-053.4/.6:028.5

Н. И. Ковалевская, Л. И. Петрова

Белорусский государственный технологический университет

**ВЛИЯНИЕ ВИДЕОКУЛЬТУРЫ НА ЧИТАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ
ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ**

В статье рассмотрены проблемы грамотности, образования, культуры чтения. Акцент сделан прежде всего на «свободном чтении» — чтении на досуге, а не на аспектах, связанных с обучением чтению в школе.

Отражены процессы и тенденции развития детского чтения на современном этапе в Республике Беларусь в условиях развития видеокультуры. Все формы видеокультуры играют важную роль в социализации и формировании ценностных структур белорусской молодежи. Видеокультура становится важнейшим агентом социализации и мощным фактором формирования системы ценностей. Раскрыты следующие вопросы: как меняют взгляды и привычки детей новые средства коммуникации, как сказывается новая ситуация развития видеокультуры на читательской культуре ребенка и подростка, а также его информационной грамотности.

Социокультурная ситуация и окружающая среда, в которой содержится много различных каналов массовой коммуникации, разнообразных печатных и иных материалов, оказывают сильное влияние на отношение детей и подростков к книге, меняют читательские привычки и пристрастия. Результаты исследования показали, что сегодня эти изменения носят и количественный, и качественный характер. Чтение оказывается одним из чувствительных социальных индикаторов, отображающих изменения в образе жизни и новых коммуникативных привычках и способах поведения детей и подростков.

Необходимы глубокие сравнительные исследования, выявление национальных особенностей чтения, читательской деятельности и пр.

Ключевые слова: видеокультура, культура чтения, издание, медиасреда, интернет, книга, грамотность.

N. I. Kovalevskaya, L. I. Petrova

Belarusian State Technological University

**VIDEOCULTURE IMPACT ON THE READERS PREFERENCES
OF CHILDREN AND ADOLESCENTS**

The article considers the problems of literacy, education, culture of reading. The emphasis is primarily on "free reading" — reading at leisure and not on the aspects related to the teaching of reading in school.

Reflects the processes and tendencies of development of children's reading at the present stage in the Republic of Belarus in the conditions of development video culture. All forms of video culture play an important role in socialization and the formation of value structures for the Belarusian youth. Video culture becomes the most important agent of socialization and a powerful factor of formation of system of values. The following questions are revealed: how new means of communication change attitudes and habits of children, how the new situation of the development of video culture affects the child's and adolescent's reader culture, as well as its information literacy.

Socio-cultural situation and the environment in which many different channels of mass communication, various printed and other materials have a strong influence on the attitude of children and adolescents to the book, change the reading habits and preferences. The results of the study showed that today these changes are qualitative quantitative. Reading is one of the most sensitive social indicators displayed changes in lifestyle and new communicative habits and behavior of children and adolescents.

Required extensive comparative research, identifying national characteristics of reading, reading activities, etc.

Key words: video culture, the culture of reading, publishing, social media, Internet, book, literacy.

Введение. Человек XXI века живет в медиатизированном пространстве, которое составляет его новую среду обитания, реальность современной культуры. Средства массовой коммуни-

кации, новые технологии (мультимедиа, аудиовизуальные средства коммуникации) проникли во все сферы жизни. Медиа стали основным средством производства современной культуры,

а не только передаточным механизмом. Медиа-тизация стала определять многие параметры социума, индустрии, политики.

Информационный бум привел, с одной стороны, к включению Беларуси в глобальное информационное пространство, являющееся одним из важнейших компонентов современной цивилизации, а с другой — стал одним из важнейших факторов в формировании личностных характеристик молодежи, среди которых немалую роль играют эстетические представления и ценности. С первых лет своей жизни ребенок попадает в информационное поле, создаваемое сетью массовых коммуникаций. Средства массовой коммуникации (СМК) включают все виды средств массовой информации, функционирующие в глобализированном культурном пространстве, в информационном поле, созданном при помощи новых технологий и объединяющим в себе социокультурные значения его разнородных компонентов. В связи с этим возникает проблема взаимовлияния информационной среды (в частности видеокультуры как ее важнейшего компонента) и структуры ценностных ориентаций молодежи как социального агента. Данное отношение среды и субъекта имеет противоречивый характер, что объясняется сложнocomпонентной структурой его составляющих. Так, с одной стороны, коммерциализация видеокультуры приводит к преобладанию насилия, секса, рекламы. С другой стороны, появляется множество образовательных программ, видеоматериалов, компьютерных, развивающих игр и программ, оказывающих помощь как в образовании, воспитании, так и в расширении кругозора, открывая совершенно новые горизонты знания. Кроме того, видеокультура обладает мощным потенциалом знакомства молодежи с другими культурами и жизненными стилями, отличными от их собственных, обладающих непривычными эстетическими характеристиками [1].

Видеокультура представляет собой сложную информационную структуру, включающую в себя различные формы телевизионных и видеотехнологий (антенное, кабельное и спутниковое телевидение, видеофильмы, видеоигры и т. д.), а также некоторые виды современного искусства, основанные на применении телевизионных технологий (телеинсталляции, ТУ-арт). Все формы видеокультуры играют важную роль в социализации и формировании ценностных структур белорусской молодежи. Видеокультура становится важнейшим агентом социализации и мощным фактором формирования системы ценностей.

Визуальные образы имеют реальное воздействие на новые поколения, которые наибо-

лее подвержены внешнему влиянию, остро ощущают на себе воздействие окружающей среды, связанное с более глубоким проникновением видеокультуры в современную жизнь.

Основная часть. Отношение ребенка к книге в наши дни сильно меняется. В процессе социализации усиливается роль средств массовой информации. Развивается культура: визуальная, видеокультура, электронная культура. К домашней библиотеке добавляются фонотека, видеотека, компьютерная игротека. Для того чтобы отразить реальные процессы и тенденции развития детского чтения в Республике Беларусь, был проведен мониторинг читательских предпочтений детей школьного возраста. В ходе исследования были использованы методы анкетирования и анализа статистических данных. Для получения необходимых данных был проведен выборочный опрос респондентов, точнее — групповое очное анкетирование в письменном виде после вводного инструктажа. Для получения необходимых сведений было выбрано анкетирование, так как это самостоятельная и наиболее распространенная форма опроса.

В опросе приняли участие 215 школьников (от 9 до 14 лет). Социологический опрос был проведен среди учащихся четвертых и восьмых классов общеобразовательных школ г. Минска. Объектом исследования выступили дети и подростки 2 возрастных групп: младших (4-х) и средних (8-х) классов. Респондентам было предложено ответить на ряд вопросов. Целью эксперимента являлось изучение читательских интересов современных школьников. Была разработана анкета, в которой специальный блок вопросов посвящен изучению влияния видеокультуры на читательские предпочтения детей и подростков.

Общепризнанным является тот факт, что телевидение занимает первое место среди всех остальных СМИ, поэтому мы и обратимся именно к телевидению как к репрезентативной модели современного медиа и проанализируем некоторые его особенности, наиболее тесно связанные с формированием эстетических представлений и ценностей современной молодежи.

Телевидение играет значительную роль в жизни детей и подростков. В течение последнего десятилетия оно является наиболее распространенным способом проведения досуга у большинства детей и подростков. В числе обычных, ежедневных занятий телевидение остается наиболее распространенным видом проведения досуга. После подготовки к урокам и посещения интернета оно было на первом месте у школьников в перечне ежедневных за-

нятий (накануне смотрели телевизор 69% школьников четвертых классов и 52% школьников восьмых классов).

Влияние телевидения на многие аспекты повседневности, в частности на формирование эстетических вкусов и представлений, определяется во многом тем, что в отличие от других видов видеокультуры оно представляет собой часть домашней обстановки. Этот факт сам по себе весьма амбивалентен и по-разному оценивается с разных исследовательских позиций. Наиболее сильный эффект телевидения, кроме его собственно содержательной стороны, — это сам факт его существования, его всегда доступное, главенствующее ставшее привычным присутствие в каждом доме. Телевидение сводит до минимума личностные взаимодействия внутри семьи и сообщества. Один источник информации может передавать имиджи и точки зрения непосредственно миллионам умов, затрудняя для людей отделение реального от не-реального, умиротворяя и мобилизуя их, фрагментируя их восприятие, притупляя их воображение и критические суждения, укорачивая промежутки внимательного восприятия, понижая вкус к разумному публичному и частному дискурсу [2].

Интересно отметить, что такое «всеприсутствие» телевидения в повседневности приводит к тому, что его звуковой ряд доминирует над каналами коммуникации. Чаще всего наше отношение с телевидением — это отношение аудитора, т. е. слушателя, а не зрителя.

Несомненно наличие связи между телепередачами, видеофильмами, видеоиграми, популярными в молодежной среде, и социокультурными доминантами. Через видеокультуру внедряются ценности и модели поведения, санкционируемые или несанкционируемые обществом, взаимное влияние структур видеокультуры и доминирующих ценностей молодежной среды.

Мир действительности предстает в реальности массмедиа как расколотый на множество эпизодов, которые не репрезентируют события, а сплетаются с ними, что делает современное телевидение похожим на мозаику образов и событий, рекламы и новостей. В структуре телевидения трудно выделить какой-либо объединяющий принцип, что, несомненно, отражает фрагментарность современной культуры в целом.

Наряду с фрагментацией содержательной стороны видеокультуры происходит глобализация сети информационных технологий, в которую постепенно включаются, ассимилируются, адаптируются отечественные структуры СМИ.

Если в минувшую эпоху передачи ТВ структурировались в соответствии с различны-

ми параметрами — возрастными, социальными, по интересам, образовательными, профессиональными, что соответствовало как ценностным структурам социума, так и его стратификации, то в постсоветский период эта четкая структурированность утрачивается и исчезает. Картина, которую представляют собой наши медиа сегодня аморфна, расплывчата, вторична. Раньше существовал четкий образ-модель подростка или молодого человека, на который ориентировалась вся структура массмедиа. Для функционирования технологической системы массовой коммуникации необходим образ потребителя продукции видеокультуры. Следует знать, во сколько современный ребенок ложится спать, чтобы определить время показа передачи «Спокойной ночи, малыши». Этот кризис наиболее очевиден при анализе программ независимых радиостанций, которые практически все эфирное время отдают музыкальным клипам и программам по заявкам. Только при создании адекватной воспитательной модели возможен выход из этого кризиса [2].

Информационное поле нового типа быстрее всего повлияло на молодежь как на наиболее мобильную в культурном отношении группу, попавшую к тому же в ситуацию тотального разрыва с ценностями предшествующего поколения. Молодежь, лишенная традиционно сложившихся на протяжении поколений ориентиров, оказалась подверженной самым разнородным влияниям системы ценностей Запада, которая находится в состоянии идеологического кризиса [3].

Именно разрыв преемственности поколений и дезориентированность, разлом привычных социальных связей приводит к трансформации имиджа насилия как наиболее эффективного социального инструмента в способ достижения реальной жизненной цели.

Широко известны данные о насыщенности СМИ актами агрессии, насилия, жестокости. Криминальная хроника занимает одно из ведущих мест в тематике видеокультуры.

В нашей стране в течение долгого времени основным источником получения информации были газеты. В настоящее время роль прессы систематически вытесняется телевидением, которое превратилось в главное средство массовой информации: люди чаще смотрят телевизор, чем слушают радио или читают газеты.

Такое широкое распространение телевидения привело к изменениям в структуре газетно-журнальной периодики. Спад тиражей совпадает с увеличением числа наименований газет и журналов. Эти тенденции ведут к «рассеиванию» рынка и к невозможности контролировать информационное поле прессы и проводить

ту или иную последовательную издательскую политику, поскольку сам процесс потребления газетно-журнальной продукции приобрел спорадический характер.

На страницы периодической печати (особенно российских изданий) хлынула волна секса и насилия с целью привлечения читателей. Эти явления коснулись и изданий, адресованных молодежи, что связано со слабой организацией молодежных движений.

Со страниц молодежной прессы молодежи навязывается нравственная распущенность, что не может не вызывать тревогу как у родителей, ученых, так и у представителей правительственных кругов.

По данным социологических исследований, молодежь предпочитает телепрограммы развлекательного характера, в последнее время наблюдается стабильный интерес к программам, посвященным экономике и бизнесу. Это связано с общим реструктурированием ценностных ориентаций молодежи, для которой все более важным становится потребление как товарное, так и духовное, в то время как интерес к политике занимает невысокое место в шкале приоритетов.

Все более явно обнаруживается тенденция к приватизации жизни человека, все большее значение приобретают ценности благосостояния, потребления.

Отмеченное возрастание потребительских тенденций в среде молодежи отражает определенные формообразующие моменты ее духовной культуры. Данные социологических исследований показывают, что уровень духовной культуры, интерес к ней достаточно низок у значительной части молодых людей, в то время как преобладает ориентация на материальные ценности.

Несмотря на общую тенденцию снижения интереса детей и подростков к СМИ, можно говорить о двоякой ориентации их запросов в области видеокультуры: с одной стороны — обращение к информационному поиску, с другой — устойчивый интерес к развлекательным программам.

Наблюдаются следующие тенденции:

1. Стирание границ, амортизация жанров. Тенденцией в подаче материала в СМИ, в первую очередь на телевидении, является «смешение» жанров, стирание граней между реальными событиями и беллетризованными фактами. Молодежная аудитория с трудом может отличить реальные события от мнимых, которые подаются в реалистической манере.

2. Технологическая модернизация среды. В последнее время наблюдается тенденция к нарастанию скорости распространения видео-

продукции, что отражает динамику изменений в технологиях видеокультуры [3].

К тому же среди СМИ, ориентированных непосредственно на молодежь, наблюдается тенденция к снижению удельного веса.

Педагоги полны тревоги по поводу упрощения и огрубления речи у школьников, примитивных штампов, которыми часто изобилуют их сочинения. Школьники не осваивают язык классического наследия, но хорошо осваивают разнообразные клише и формальный подход к классической литературе. Утрачивается не только культура чтения, но и культура речи. Так, снижение роли литературы в социализации детей и подростков отчасти происходит и в связи с тем, что сегодня из репертуара чтения многих из них уже исчезли герои литературной классики. В то же время влияние видеокультуры на чтение усиливается [4].

Серьезные нарекания возникают у родителей по поводу телевидения. Многие родители считают его не только главным конкурентом книги, но и из-за обилия вредной информации — главной помехой воспитания в целом. Некоторые даже запрещают смотреть телевизор, полагая, что этим уберегут своего ребенка от его негативного влияния. Но есть и другое мнение. Ребенок должен понимать, какой вред и опасность таит в себе телевидение, чтобы научиться планировать свое время, заниматься действительно полезными вещами. И в этом отношении роль родителей огромна. На них ложится задача вводить ребенка в систему духовных ценностей, учить отличать хорошее от плохого, формировать у школьника собственную позицию в отношении тех или иных телепередач [5].

Расширение сферы видеокультуры ведет к изменению структуры досуга подростков и молодежи.

Репертуар программ и телепередач, которые любят смотреть дети и подростки, широк и разнообразен. В ходе исследования было выявлено, что преимущество школьники отдают юмористическим передачам. На втором месте по популярности — музыкальные программы и программы о путешествиях. Традиционно подростки, особенно мальчики, отдают предпочтение передачам о спорте. Программы о природе привлекают больше детей младшего школьного возраста [5]. Научно-популярные и документальные программы смотрят в основном дети среднего возраста. Они уже готовы правильно воспринимать серьезные факты, о которых рассказывается в этих передачах.

Дети много времени проводят у телеэкранов, развлекаясь и отдыхая. Привлекает их буквально все: мультфильмы, кинофильмы, сериалы, викторины.

В четвертом классе на первом месте по популярности стоят мультфильмы (62%), на втором месте — познавательные программы (50%), на третьем — телесериалы (42%), игры, конкурсы и викторины — на четвертом месте (28%).

В восьмом классе на первом месте стоят телесериалы (70%). Второе место занимают познавательные программы (38%). Мультфильмы на третьем месте (22%). Последнее место отдают школьники играм и конкурсам (13%).

В основном подростки и молодежь смотрят те же программы, что и взрослая аудитория.

Можно заметить, что школьникам четвертого класса интересно смотреть все подряд, а вот восьмиклассники подходят к выбору более избирательно.

Кинофильмы, сериалы и рекламные ролики задают определенные правила и модели поведения, влияют на сознание и подсознание. Это также источник рекламных роликов, полных клишированных образов — стереотипов. Поэтому все больше героев — образцов для подражания — подростки находят среди «звезд» кинофильмов, эстрадных певцов и певиц, часто пребывающих на телеэкранах и киноэкранах.

В связи с тем что и репертуар современного киноиздания, и репертуар телепередач ориентированы на остросюжетные произведения массового спроса, то не удивительно, что в чтении детей и особенно подростков доминирует остросюжетная развлекательная литература, а также произведения, написанные по сценариям сериалов и кинофильмов. Под влиянием телевидения и видеопросмотров усиливается интерес к темам и жанрам, которые широко представлены на телеэкране и в видеопрокате — детективам, триллерам, «фэнтези», «ужасам», «кинороманам».

Голубой экран притягателен для ребенка. Ничто не заменит телевидение по актуальности, яркости и красочности, по эффекту присутствия. Но общение с книгой имеет свои преимущества по способности доставлять ни с чем не сравнимое наслаждение уединения, отключения от внешних раздражителей, погружения в мир образов, созданных собственной фантазией.

Общезвестно, что телевидение «закрывает собой» ребенка от книги. Однако оно способно и привлечь его к книге. Надо только суметь этой способностью воспользоваться. Речь идет о том, чтобы от просмотра интересной передачи перекинуть мостик к чтению школьника — предложить ему прочитать книгу на тему передачи, которая увлекла.

Речь идет не только о триллерах, боевиках и детективе. Известно, например, как обострился

интерес к роману Гюго «Собор парижской богоматери» после демонстрации мюзиклов Нотр-Дам и Норд-Ост, как усилился интерес к роману «Идиот» Ф. Достоевского по следам фильма с участием Евгения Миронова в главной роли. А нашумевшая экранизация книги «Гарри Поттер» Дж. Роллинг так покорила детей и подростков, что все книги быстро раскупались.

Информационные технологии предоставляют детям и подросткам широкий выбор, который, как правило, решается в сторону наименее «затратных» способов чтения медиатекстов, необременительного просмотра развлекательных телепередач. Подтверждение этому мы находим в ответах на вопрос: «Что ты делал вчера в свое свободное время?». Школьники восьмого класса назвали просмотр ТВ (47%) и видеофильмов (17%), компьютерные игры (25%), прослушивание музыки (41%). Общались с друзьями (41%), гуляли (51%), занимались в кружке или секции (17%), посещали интернет (60%). И только 18% отметили чтение книг и периодики. Причем 14% школьников не читают ничего, кроме заданий учителя, т. е. читают только книги по школьной программе.

Именно дети, подростки, юношество и молодежь сегодня самые активные социальные группы, легко осваивающие новые информационные технологии. Они не имеют тех психологических барьеров, которые мешают взрослым, поскольку восприимчивы к новому. Многие из них уже в раннем детстве знакомятся с компьютером. Это новое «мультимедийное поколение», у которого другие ценности, модели поведения и ориентации в мире информации. Неоднозначное влияние на детей оказывает компьютер. С одной стороны, через интернет открывается ребенку доступ к мировым запасам информации. Не выходя из дома, он может получить оперативную, многоаспектную информацию по любому вопросу. С другой, компьютер может быть использован и используется во вред ребенку, который часы способен просиживать за компьютерными играми [6].

За последнее время все более распространяются видеоигры, обладающие большой притягательной силой для молодежи. Видеоигры, как и всякие игры, отражают свое время и культуру, динамичные структуры общества, воспроизводят его принципы. В ходе игры постоянно повышается ее темп и степень трудности: игрок оказывается в состоянии стресса, что влияет на психику детей и подростков.

Стремление поиграть на компьютере — это новая черта современных подростков. В конце 90-х гг. зафиксировано начало «игрового бума» среди подростков. Среди школьников четвертого класса 64% сказали, что умеют играть в ком-

пьютерные игры. В восьмом классе так ответили уже 93% учащихся. Видно, что игры на компьютере больше всего популярны у детей в четвертом классе. Это объясняется тем, что этот возраст более подвержен влиянию компьютера. Школьники младших классов еще не владеют компьютером хорошо, а школьники постарше, возможно, уже наигрались.

Нельзя не упомянуть компьютер и как средство читательского общения детей, открывающее возможность для виртуальных обсуждений книг и диспутов на литературные темы, для самовыражения, связанного с книгой. Само пользование компьютером заставляет читать, писать, рисовать и создавать информацию.

По данным проведенного опроса видно, что дети четвертого класса учатся работать с компьютером. Умеют обрабатывать текст и графику 15% школьников и 3% детей знают, как обрабатывать аудио- и видеозаписи.

В восьмом классе с текстом и графикой работает 71% школьников, с аудио- и видеозаписями — 39%. Умеют программировать 19% детей, создавать и обновлять сайты в интернете 24%.

Рубеж веков и начало нового тысячелетия ознаменовался ростом пользователей интернета, которым больше всего интересуются именно юные и молодые пользователи.

В проведенном исследовании был задан вопрос: «Пользуетесь ли вы интернетом?» и выяснилось, что все восьмиклассники активно пользуются интернетом, а в четвертом классе с интернетом знакомы 86% детей и 9% хотели бы пользоваться им.

Домашний интернет самый распространенный в современном мире, им пользуется большинство школьников. Также достаточное количество детей ходит в компьютерные клубы и пользуются интернетом у друзей. Школьный и библиотечный интернет еще плохо распространен у детей.

На вопрос: «Чем вы занимаетесь в интернете?» были получены ответы:

4-й класс:

- читаю новости (36%);
- скачиваю информацию (12%);
- пользуюсь электронной почтой (4%);
- общаюсь на сайтах (32%);
- играю в сетевые игры (54%);
- ищу интересные книги (12%).

8-й класс:

- читаю новости (42%);
- скачиваю информацию (45%);
- пользуюсь электронной почтой (35%);
- общаюсь на сайтах (75%);
- играю в сетевые игры (48%);
- ищу интересные книги (20%).

Заметно, чем старше становится ребенок, тем больше захватывает его интернет, открывает больше возможностей и предоставляет больше информации. Хотя информация бывает разной. Много нареканий появляется у взрослых в адрес интернета именно по причине информационной засоренности. Родители обеспокоены тем, что их дети наталкиваются в интернете на безобразную информацию, которая на них дурно влияет. И старшее поколение можно понять, ведь интернет является не только источником полезной информации, но и источником низшего слоя массовой культуры. Только от самого пользователя интернета зависит, какой информацией он захочет воспользоваться.

Задача формирования в ребенке устойчивости к негативным информационным воздействиям СМИ ложится на все социальные институты, в том числе и на родителей.

Чтобы узнать, как родители относятся к посещению интернета своими детьми, для них была составлена специальная анкета, в которой предлагался блок вопросов, затрагивающих тему интернета. В анкетировании приняли участие родители. Разрешают посещать любые сайты 68% родителей, только сайты по учебе — 32% родителей, специализированные детские ресурсы — 5% родителей. Мы попросили указать, сколько времени родители разрешают ребенку работать в интернете. Ответы варьировались от 30 мин до 4 ч. Некоторые из родителей указали, что разрешают ребенку работать в интернете столько, сколько требуется для поиска нужной информации.

Как видим, отношение у родителей к интернету разное. Некоторые усердно следят за тем, сколько времени и с какой целью их ребенок посещает интернет, а некоторые дают ребенку полную свободу в действиях.

Родители понимают, как важно и полезно чтение для детей. Они пытаются привить им любовь к чтению.

В чтении детей и подростков сегодня происходят очень серьезные перемены, которые носят глубинный характер. Окружающая среда и доступность различных каналов массовой коммуникации, печатных и иных материалов оказывают сильное влияние на отношение детей к книге, на их читательские привычки и пристрастия. Электронная культура, в том числе видеопродукция и разнообразные мультимедиа, зачастую воспринимаются как конкуренты печатному слову. Безусловно, на первом этапе освоения нового типа медиа и новых возможностей, которое оно предоставляет, возникает острый интерес. Позже, когда оно будет освоено, оно «встроится» в структуру жизнедеятельности, и займет в ней свое место [7–10].

Вывод. Трудно отрицать формирующую роль видеокультуры в современном мире с его избыточной медиатизацией. Количество времени, затрачиваемого человеком на потребление медиапродукции видеокультуры, резкое увеличение пользования медиатехнологиями за последние годы дает возможность прийти к определенным выводам относительно тенденций в видеокультуре. Телевидение представляет художественные достижения прошлого как коллаж равноценных и одновременно существующих феноменов, в основном потерявших связь с географией и материальной историей и перенесенных в телестудии и в квартиры. Создается новый тип телезрителя, который разделяет отношение видеосреды к событиям прошлого и настоящего как к бесконечному резервуару равнозначных телесобытий. Эра массового телевидения, видеокультуры привела к привязанности к поверхностному, к коллажу, а не к глубинному восприятию [11–13].

Развитие видеокультуры на современном этапе характеризуется амбивалентными тенденциями, что отражает парадоксальный характер современной культуры: тенденция к глобализации. Это соответствует новому образу культуры с его экономическими, экологическими и этическими идеями единства человечества и его судьбы. В области СМИ тенденция к глобализации выразилась в небывалом расширении рынка телепродукции. Новые системы телевидения имеют транснациональный характер, разные народы становятся общей аудито-

рией, что имеет далеко идущие последствия для процесса глобализации [14, 15].

В то же время нарастает склонность молодежной аудитории к фрагментированию, что сопровождается сохранением власти централизованных институтов (радио, телевидения) в определении направления развития культуры СМИ.

Задачи воспитания молодежи непосредственно связаны с условиями формирования человека грядущей культуры и цивилизации. Средства массовой информации и коммуникации играют определяющую роль в формировании ценностных приоритетов и личностных качеств молодого поколения. Современная молодежь, которой предстоит жить в эпоху новых технологий, — это не только потребители, делающие выбор среди предметов потребления, но и участники политического, социального и культурного сообщества, в котором формирование мнения и ценностных структур непосредственно зависит от СМИ. Чтобы не превратить человека в придаток техники, необходимо развивать творческую индивидуальность ребенка. Поэтому необходима четкая позиция со стороны правительства как в отношении контроля над средствами массовой информации и коммуникации, так и в отношении оптимального использования их потенциала для воспитания полноценного молодого поколения, способного достойно встретить вызов будущего.

Детское чтение — отношение общества к своему будущему, индикатор состояния общества.

Литература

1. Стефановская Н. А. Социологические исследования чтения: теория, методика, практика. М.: Литера, 2013. 143 с.
2. Чтение и время: материалы VI науч.-практ. конференции 2014 г. / Брян. обл. науч. унив. б-ка им. Ф. И. Тютчева. Брянск: 2014. URL: http://libryansk.ru/files/project/chtenie_i_vremya/2.html (дата обращения: 12.02.2017).
3. Чудинова В. П. Функциональная неграмотность — проблема развитых стран // Социологические исследования. 1994. № 3. С. 98–102.
4. Дунн Дж. Детское чтение в Великобритании: обзор существующих тенденций // Детское чтение: Феномен и традиция в конце XX столетия: материалы междунар. конф. Ч. 1. СПб., 1999. С. 146–151.
5. Чудинова В. П., Кабачек О. Л. Дети и библиотеки в меняющейся медиасреде. М.: Школ. б-ка, 2004. 336 с.
6. Куликова Е. В. Продвижение детского чтения // Как создаются читающие нации: опыт, идеи, образцы: сб. материалов / Фонд «Пушкинская библиотека», Центр книги Б-ки Конгресса США, Британский совет. М., 2006. С. 24–29.
7. Сушко Н. И. Анализ читательских интересов детей и подростков: проблемы чтения, издания и доступности печатной продукции // Труды БГТУ. Сер. IX, Издат. дело и полиграфия. 2009. Вып. XVII. С. 97–101.
8. Рубакин Н. А. Психология читателя и книги: краткое введение в библиологическую психологию. М.: Книга, 1977. 264 с.
9. Трубников С. А. Типология читателей художественной литературы. М.: МГИК, 1978. 58 с.
10. Ковалевская Н. И., Петрова Л. И. Читательские интересы детей и подростков: проблемы чтения // Чтение на евразийском перекрестке: материалы междунар. форума, Челябинск, 27–28 мая 2010 г. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств, Челябинск, 2010. С. 219–221.

11. Добрынина Н. Е. Изучение читателей — детей и подростков в России XIX–XX вв. М.: Школ. б-ка, 2006. 144 с.
12. Мелентьева Ю. П. Чтение: явление, процесс, деятельность. М.: Наука, 2010. 180 с.
13. Волков В. В., Хархордин О. В. Теория практик. СПб.: Европ. ун-т в Санкт-Петербурге, 2008. 298 с.
14. Бутенко И. А. Читатели и чтение на исходе XX века: социологический аспект. М.: Наука, 1997. 140 с.
15. Сушко Н. И. Проблемы и тенденции в чтении детей в условиях развития новых информационных технологий // Детская литература и воспитание: сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Тверь / Тверской гос. ун-т. Тверь, 2009. С. 158–162.

References

1. Stefanovskaya N. A. *Sotsiologicheskiye issledovaniya chteniya: teoriya, metodika, praktika* [Sociological reading research: theory, methodology, practice]. Moscow, Litera Publ., 2013. 143 p.
2. *Materialy VI nauchno-prakticheskoy konferentsii "Chtenie i vremya"*, 2014 g. [Materials of the scientific VI and Practical Conference "Reading and time"]. Bryansk, 2014. Available: http://libryansk.ru/files/project/chtenie_i_vremya/2.html (accessed 20.02.2017).
3. Chudinova V. P. Functional illiteracy — the developed countries the problem. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological studies], 1994, no. 3, pp. 98–102 (In Russian).
4. Dunn Dzh. Children's Reading in the UK: a review of current trends. *Materialy mezhdunarodnoy konferentsii. "Detskoye chteniye: fenomen i traditsiya v kontse XX stoletiya"*. [Materials of the International Conference: in Parts 1. "Children's reading: a phenomenon and tradition at the end of the XX century"]. St. Petersburg, 1999, part 1, pp. 146–151 (In Russian).
5. Chudinova V. P., Kabachek O. L. *Deti i biblioteki v menyayushcheyse mediasrede* [Children and library in a changing media environment]. Moscow, Shkol'naya biblioteka Publ., 2004. 336 p.
6. Kulikova E. V. Promoting Children's Reading. *Sbornik Materialov "Kak sozdayutsya chitayushchiye natsii: opyt, idei, obraztsy"* [Collection of materials "As the reading nations are created: experience, ideas, samples"]. Moscow, 2006, pp. 24–29 (In Russian).
7. Sushko N. I. Analysis of reading interests of children and adolescents: reading problems, publication and availability of printed materials. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], series IX, Printing and Publishing, 2009, issue XVII, pp. 97–101 (In Russian).
8. Rubakin N. A. *Psikhologiya chitateley i knigi: kratkoe vvedenie v bibliologicheskuyu psikhologiyu* [Psychology of the reader and books: A short introduction to bibliographic psychology]. Moscow, Kniga Publ., 2006. 264 p.
9. Trubnikov S. A. *Tipologiya chitateley khudozhestvennoy literatury* [Typology of readers of fiction]. Moscow, MGIK Publ., 1978, 264 p.
10. Kovalevskaya N. I., Petrova L. I. Reader's interests of children and adolescents: reading problems. *Materialy mezhdunarodnogo foruma "Chteniyе na evraziyskom perekrestke"* [The reading on the Eurasian crossroads: proceedings of the international forum]. Chelyabinsk, 2010, pp. 219–221 (In Russian).
11. Dobrynina N. E. *Izuchenie chitateley — detey i podrostkov v Rossii XIX–XX vv.* [The study of readers — children and adolescents in Russia XIX–XX centuries]. Moscow, Shkol'naya biblioteka Publ., 2006, 144 p.
12. Melent'yeva Ju. P. *Chtenye: yavleniye, protsess, deyatel'nost'* [Reading: the phenomenon, process, activity]. Moscow, Nauka Publ., 2010. 180 p.
13. Volkov V. V., Kharkhordin O. V. *Teoriya praktik* [Theory of Practices]. St. Petersburg, Evropeyskiy universitet v Sankt-Peterburge Publ., 2008. 298 p.
14. Butenko I. A. *Chitateli i chteniye na iskhode XX veka: sotsiologicheskiy aspekt* [Readers and reading at the end of the twentieth century: the sociological aspect]. Moscow, Nauka Publ., 1997. 140 p.
15. Sushko N. I. Problems and tendencies in reading children in the conditions of development of new information technologies]. *Sbornik trudov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii "Detskaya literatura i vospitaniye"* [Proceedings of the International scientific-practical conference "Children's Literature and Education"]. Tver, 2009, pp. 158–162 (In Russian).

Информация об авторах

Ковалевская Наталья Ивановна — ассистент кафедры редакционно-издательских технологий. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: naivs@tut.by

Петрова Людмила Ивановна — кандидат филологических наук, профессор, профессор кафедры редакционно-издательских технологий. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: lyuda47@bk.ru

Information about the authors

Kovalevskaya Natal'ya Ivanovna — assistant lecturer, the Department of Editing and Publishing Technology. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: naivs@tut.by

Petrova Lyudmila Ivanovna — PhD (Philological), Professor, Professor, the Department of Editing and Publishing Technology. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: lyuda47@bk.ru

Поступила 15.09.2017