

Секция «Культурная политики, менеджмент в культуре и продюсирование»

Роль телевидения в популяризации классического исполнительского искусства среди детей и юношества на примере теле проекта «Синяя птица»..

Научный руководитель – Сосновский Сергей Юрьевич

Каплина Анастасия Васильевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере, Продюсерство, Москва, Россия

E-mail: stacey080@gmail.com

Роль телевидения в популяризации классического исполнительского искусства среди детей и юношества на примере теле проекта «Синяя птица».

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,
Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере (факультет),
Москва, Россия

E-mail: stacey080@gmail.com

Сегодня мы живем в новом, информационном обществе, которое отличают новые условия и ритм жизни и ценности. Так случилось, что медиа средства во многом определяют нашу повседневную жизнь и, хотим мы этого или нет, постепенно внедряются во все сферы и становятся приоритетными и в образовании, и в профессиональной деятельности, и в личной жизни, и в социализации.

Социализация охватывает все процессы приобщения к культуре, коммуникации и образования, с помощью которых человек приобретает социальную природу и способность участвовать в социальной жизни, обеспечивая передачу культуры от поколения к поколению.

Детское ТВ - это среда не просто информационная, но культуросозидающая, с помощью которой дети смогут построить собственные картины мира, поймут, в чем их предназначение. Дети не должны видеть сюжетов, акцентирующих внимание на безверии, безнадежности и ненависти. Только свет, добро и справедливость, честь, достоинство и благородство всегда должны вести вперед, в светлое будущее.

Детское творчество в принципе, безусловно, заслуживает, даже требует того, чтобы все о нем знали, чтобы его понимали и ценили, чтобы его показывали в атмосфере праздника. Чтобы умные, опытные взрослые, ответственные за будущее детей, что-то им советовали, от чего-то остерегали. Прекрасно, что Российские СМИ уделяют этому должное внимание.

Главное, чем привлекает телевидение зрителей - эмоции. Привлекательность шоу «Синяя птица» определяют два главных чувства, две базовых эмоции - любовь и справедливость. Уникальность проекта "Синяя птица" в его разнообразии - конкурс не ограничивается рамками одного жанра. "Синяя птица" объединяет тех, кто танцует, поет, играет на музыкальных инструментах, исполняет сложные акробатические и гимнастические номера.

Важно что эта программа приобщает и взрослых и детей к качественной музыке и искусству. Именно на примере этого шоу хотелось бы показать в какую сторону должно развиваться телевидение для детей и взрослых.

Источники и литература

- 1) Брайнт, Дж, Томпсон. Основы воздействия СМИ. - М., СПб, Киев Издательский дом "Вильямс" - 2004
- 2) Ворошилов В. В. Маркетинговые коммуникации в журналистике. - М., 2005.
- 3) Ковалев П. А. Типологизация телезрителей по жанрово-канальным предпочтениям как способ изучения телеаудитории // Науч. труды МосГУ. Выпуск 60. М., 2005.
- 4) Матвеева Л.В., Т.Я.Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. - М.: РИП-холдинг, 2004.
- 5) Саруханов В.А. Азбука телевидения: учеб. пособ. для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003.
- 6) Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. - М.: Эксмо, 2004.
- 7) Александр, Роднянский Выходит продюсер / Роднянский Александр. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.