

Секция «Журналистика»

Медиареputация музыкального телевидения в Казахстане: степень влияния на молодежную культуру

*Романова Юлия Эдуардовна*

*Студент*

*Университет Туран, гуманитарно-юридический, Алматы, Казахстан*

*E-mail: [www.Julia\\_2301@mail.ru](mailto:www.Julia_2301@mail.ru)*

Телевидение прочно вошло в жизнь человека. Выступая проводником в мир информации, оно целенаправленно формирует видение зрителя на происходящие события. Современное ТВ - популярное и доступное развлечение для всех. Разнообразное «меню» телепрограмм придется по вкусу любой аудитории: новостные выпуски для делового сектора телезрителей, развивающие – для детского внимания; передачи об отношениях и красоте порадуют женскую половину, а спортивные трансляции удовлетворят запросы мужчин. Однако существует обособленное направление телевидения, работа которого ежегодно увеличивает свою аудиторию в десятки раз, оказывая огромное воздействие на культуру и поведение. Речь идет о молодежном телевидении, именуемое как музыкальное ТВ. Время понять: что такое музыкальное телевидение, какие цели оно преследует, насколько оно развито в Казахстане и есть ли оправданная необходимость такого типа вещания.

Музыкальное ТВ – это круглосуточное телевещание, эфирное время которого полностью занимает трансляция музыкальных клипов, концертных выступлений, телепрограмм музыкальной направленности. [1] Так же в список входят интерактивные телепрограммы, развлекательно-познавательные выпуски, музыкальные новости и элементы вещания, способные поддержать интерес публики к музыке и имеющим к ней отношение событиям.

Как таковое, музыкальное телевидение существует сравнительно недавно. Ранее для разнообразия внимания зрителя, в эфир вводились лишь небольшие музыкальные паузы и вырезки концертных выступлений. Отсутствовала необходимость специализированного телеканала, который бы 24 часа в сутки крутил музыку и смежные с ней материалы. Однако, время настояло на объединении музыкальных передач в один эфир, и уже 1 августа 1981 года в США появился первый музыкальный телеканал MTV, за 25 лет прошедший путь выдающегося культурного явления. [2] Свое MTV есть и в России, где запущены десятки оригинальных программ и привлечено внимание гигантской части молодежной аудитории. На сегодняшний день, вместе с MTV моду на музыкальном рынке диктуют телеканалы всего мира: российские Муз-ТВ, RU-TV, А-1; зарубежные ChanelV, MCM-Top, и др. Свою лепту в развитие музыкального телевидения внес и Казахстан. На эфирных просторах отечественного ТВ обосновались телеканалы Хит ТВ и Muze-Zone, постепенно завоевывающие свою аудиторию.

Исторически сложилось, что основная масса зрительской аудитории музыкальных телеканалов – молодежь в возрасте от 15 до 26 лет. В этот отрезок жизни музыкальное ТВ особенно сильно влияет на характер, поведение и формирование взглядов на мир. [3] 13-летние подростки с нетерпением ждут взросления, чтобы полноправно называть себя преданным телезрителем определенного музыкального ТВ. Ребята постарше также смотрят музыкальные каналы, но уже не ради принадлежности к поколению next, а

чтобы быть в курсе музыкальных новинок и участвовать в передачах с любимыми VJ-ями. Вырастая из формата музыкального ТВ, люди не изменяют своим привычкам: если качество канала устраивает телезрителя, такое вещание будет идти всегда, пусть даже в фоновом режиме.

На долгие годы становясь лучшим другом молодежи, музыкальное ТВ оставляет значительный след в умах телезрителей. Оно формирует культуру общения, используя молодежный язык повествования, и вводит в массы особенный сленг. Музыкальное ТВ диктует моду на значимые в жизни каждого подростка вещи: какую музыку слушать, какие фильмы смотреть, как одеваться, и т.д. Через 5-10 лет можно отчетливо наблюдать, какую культуру внедрило музыкальное вещание страны. [4] Именно поэтому так важно, чтобы популярное молодежное ТВ с самых первых шагов завоевывало положительную репутацию и полностью отдавало отчет в своих действиях. [5] Обилие на музыкальных каналах реалити-шоу, сериалов с агрессивным характером, необратимо ведут к деградации зрительской аудитории, разрушению устоявшейся культуры и внедрению ненормативного поведения. [6] Нецензурная лексика, сексуальная озабоченность и централизация внимания на ненужных вещах – основная ошибка многих музыкальных каналов, воспитывающих поколение деморализованных зрителей.

Негативный опыт не коснулся молодежного ТВ Казахстана. Вещающий 8 лет телеканал Хит ТВ и развивающийся Muze-zone, сосредотачивают свое внимание именно на музыке. Демонстрируются новые клипы и музыкальные новости. Хит ТВ выпускает собственные развивающие и интерактивные программы, интересующие самого привередливого зрителя. Вопреки сложившемуся стереотипу, наши музыкальные каналы делают высококачественный продукт, отвечающий мировым стандартам. Стремление быть ближе к народу, знать его потребности и соответствовать им – идеальная стратегия, позволившая казахстанским музыкальным каналам успешно работать на медиарынке. [7]

Вырастив первое поколение телезрителей, музыкальные каналы страны подводят результаты: положительное влияние на поведение, общение, культурное и социальное самоопределение зрительской аудитории, телеканал Хит ТВ и Muze-zone провели на высшем уровне. Богатый музыкальный фонд позволил разбить вещание на тематические отделы (рок, поп, классика, хип-хоп, отечественный шоу-бизнес) и сформировал всесторонне развитый музыкальный вкус каждого постоянного телезрителя. Передачи о кинематографе, моде, путешествиях, фестивалях и других значимых событиях обучили зрительскую аудиторию интересоваться происходящим в мире. Интерактивные передачи с нестандартными конкурсами мотивируют молодежь выиграть приз и отлично развивают творческий потенциал. Возможность прикоснуться к миру Хит ТВ реализована по средствам открытия в нем обучающего центра «PROсвет», где можно примерить роль телеведущего, открыть в себе вокальные данные, взять уроки актерского мастерства. Такая политика предполагает, что поколение получит всестороннее развитие.

Вывод: необходимость музыкального телевещания с положительной репутацией очевидна. Именно с помощью музыки, правильной подачи новостей и интересной каждому зрителю информации, можно растить психически-здоровое, развитое и культурное поколение людей.

## **Литература**

1. Авербах Е.М. Музыка на телевидении. М.,1984.
2. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. М.,1997.
3. Дедкова Т.Ф. Культурологическая проблематика /Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. М.,2008.
4. Засурский Я.Н., Качкаева А.Г. Телерадиоэфир: История и современность М., 2005.
5. Ительсон Л.Б, Давыдов В.В., Психология подростка. М., 1979.
6. Корнеева С.М. Музыкальный менеджмент. М., 2006.
7. Шерстобоева, Е.А. Музыкальное телевидение: программные и функциональные особенности. М., 2009.