

**Секция «Журналистика»**

**Молодежное телевидение в Японии: феномен "айдору"**

***Лактя Кетеван Мерабовна***

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: lucky\_ket@mail.ru*

Молодежное телевидение Японии представляет особый интерес в связи с тем, что, с одной стороны, отображает интересы нового поколения, а с другой - влияет на формирование его мировоззрения. Изучение молодежного телевидения может дать некоторое представление о том, каким будет в дальнейшем характер взаимоотношений Японии с окружающим миром.

В ходе исследования мы выяснили, что особенности национального характера оказывают значительное влияние на систему японского телевидения в целом и на молодежные передачи в частности. И в то же время телевидение оказывает влияние на изменения национального характера и на формирование новых общественных ценностей.

Также мы рассмотрели влияние современной массовой культуры на японские молодежные телепередачи. В процессе анализа мы пришли к выводу, что влияние современной массовой культуры на японское телевидение действительно высоко. С одной стороны, массовая культура проникает в телевидение, которое старается отвечать на запросы своей аудитории. С другой стороны, телевидение влияет на современную массовую культуру, закрепляя в ней традиционные ценности, сложившиеся в далеком прошлом.

Таким образом, в молодежных передачах японского телевидения мы можем наблюдать синтез традиционной и современной японской культуры. Это во многом связано с формированием синдзинруй («нового человечества»). Новые ценности, приходящие с Запада, теряют для молодых японцев былую привлекательность новизны, становятся частью их повседневной жизни, и в то же время, японские традиции перестают казаться им пережитком прошлого. Япония преодолевает свою «закрытость», сохраняя при этом самобытность.

Также мы изучили роль фактора известности в японских молодежных телепередачах. Мы рассмотрели его значимость на примере феномена «айдору» (от английского слово idol), являющегося важным элементом современной японской массовой культуры. «Айдору» (идолами) называют молодых привлекательных представителей поп-культуры, поющих на эстраде, играющих в кино, ведущих развлекательные телевизионные шоу и т.п. «Айдору» появляются на телевидении постоянно. Передачи, которые они ведут, и передачи, в которых они участвуют в качестве гостей, занимают значительную часть экранного времени, в том числе в прайм-тайм. Высокая значимость капитала известности на японском телевидении объясняется такой национальной чертой японского народа, как преданность авторитету. Та или иная тема привлечет к себе больше внимания, если будет высказана человеком, пользующимся среди людей популярностью и любовью. В Японии наибольшей популярностью и любовью среди молодежи пользуются «айдору». Их появление и выступления на телевидении не только повышают рейтинги телепередач, но и позволяют привлечь внимание молодежи к важным социальным проблемам, а также распространить среди нее те или иные традиционные и

современные культурные ценности.

В процессе анализа мы выяснили, что японские молодежные телепередачи гармонично выполняют рекреативную и социальную функцию. Яркими примерами реализации этих функций могут служить сюжеты социальной направленности, включенные в новогоднюю передачу Kohaku uta gassen, благотворительный марафон 24 jikan terebi с участием популярных фигур японского шоу-бизнеса, проводимый телеканалом NTV, сюжеты информационной передачи News Zero, одним из ведущих которой является популярный «айдору» и др.

Таким образом, японские молодежные телевизионные передачи не подчинены полностью развлекательной задаче. Основываясь на современной массовой культуре, они не отрицают традиционную, охватывают различные сферы жизни, одновременно развлекая, формируя систему ценностей и обращая внимание зрителя на проблемы современности.

### **Литература**

1. Блинова М.В. СМИ в Японии: медиабизнес, традиции, культура. – М.: Медиамир, 2008. – 104с.
2. Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: очерки современной японской массовой культуры/ Ин-т востоковедения РАН. – М.: Вост. Лит., 2012. – 357с.
3. Пронников В.А., Ладанов И.Д. Японцы (этнопсихологические очерки). Издание 2-е, исправленное и дополненное. М., Главная редакция восточной литературы издательства 'Наука', 1985. – 348 с.
4. Сеферова М.В. Японская журналистика в XX столетии. – М., 2001. – 85с.
5. Сеферова М.В. Япония: страна и люди. Учебное пособие по страноведению. 2-е изд-е. – М., 2005. – 153с.