

**Телевидение как инструмент формирования мировоззрения современной  
молодёжи Германии**

**Старченков Александр Павлович**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
иностраных языков и регионоведения, Кафедра германских языков и культур, Москва,  
Россия

*E-mail: russistar@gmail.com*

В настоящее время во всех странах уделяется особое внимание молодёжной политике, которая нацелена на то, чтобы «сохранить» свою молодёжь, повлиять на неё таким образом, чтобы не были забыты и уничтожены простые человеческие ценности, чтобы ответственность за собственную жизнь и процветание не перекладывались целиком на государство, общество, семью, чтобы воспитать такого члена общества, который жил бы в гармонии с самим собой и с окружающими его людьми. В этой политике телевидение является важным источником информации. В данном случае речь пойдёт о роли телевидения в жизни молодёжи в одной отдельно взятой стране - Федеративной Республике Германия. Культурологический феномен этого государства имеет свои особенности. Ведущие телеканалы Германии вкладывают немалые средства в развитие детских и юношеских информационных программ. Известно, что молодым людям свойственны изменение во взглядах, интересах и предпочтениях, эмоциональность и импульсивность. Эти черты обусловлены желанием найти себя, попыткой ответить на вопросы, которые ставит жизнь, уметь решать возникающие проблемы, найти свой стиль поведения в жизни. Вышеперечисленные особенности практически не зависят от страны происхождения или социального положения - они обусловлены природой мышления молодого человека.

В Германии преобладает общественно-правовая система вещания, система социально ориентированная, и государству посредством общества дан в руки мощный инструмент - телевидение. Безусловно, телевидение может быть полностью государственным, но тогда последствия его действий будут трактоваться как ошибки либо как достижения непосредственно государства. Как противопоставление этому именно то телевидение, на которое обществом возложены определённые задачи социального характера, которое юридически управляется обществом, а не государством, должно создавать социально полезные и востребованные программы. А следовательно, на самом обществе лежит ответственность за последствия той политики, которую проводят общественные каналы. Соответственно, говоря о роли телевидения в молодёжной политике, не стоит забывать, что оно является лишь посредником между двумя социальными группами, в данном случае возрастными группами общества - молодёжью и взрослыми. Направить энергию молодого человека в нужном и полезном прежде всего ему самому, а в результате и всему обществу, русле, сделать его создателем культуры, - первостепенная задача любого общества.

Молодёжь - это будущее любой страны, и существование и процветание государства зависит от того, какие нравственные ценности понёсет с собой молодое поколение. В Германии делается на этом особый акцент. Для того чтобы в обществе формировались истинные ценности, необходимо задействовать все имеющиеся для этого ресурсы, и, безусловно, телевидение - один из главных инструментов. С точки зрения прикладной культурологии телевидение Германии имеет особенности в своей знаковой структуре. Проведенное исследование, основанное на семиотическом методе, призвано выявить данные особенности.

### Источники и литература

- 1) Калинкина М.Ю. Молодежная политика: проблемы ее реализации: на примере Российской Федерации и ФРГ: дис. ... кандидата политических наук: 23.00.02. – Москва, 2006
- 2) Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. М., 2008. 208 с.
- 3) Позина М. Б. Психология и педагогика. М., 2001. 97 с.
- 4) Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада. М., 2002. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Terin/05.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Terin/05.php)
- 5) Bert, Georg Zur pädagogischen Relevanz des ARD-Jugendfernsehens: Dokumentation und Analyse seines Programmangebotes zwischen 1967 und 1972: Inaug. - Diss. – München, 1974. – 231 S.
- 6) Brennecke M. Das ewige Scheitern: Jugendfernsehen in Deutschland. Diplomarbeiten Agentur, 2013. 64 S.
- 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.
- 9) Сайт с информацией о правовых документах, о стратегии и планах ARD: <http://www.daserste.de/service/kontakt-und-service/serviceuebersicht/leitlinien/index.html>
- 10) Международный институт молодёжного и образовательного телевидения: <http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/home.htm>
- 11) Информационный немецкоязычный портал для родителей: <http://www.kindererziehung.com/Paedagogik/Medien-und-Erziehung/Fernseher.php>
- 12) Информационный портал с информацией о воспитании детей: <http://www.elternlebenleichter.com/kindererziehung-ohne-fernsehen-moeglich/>