

В ъ в е д е н и е

ТЕЛЕВИЗИЯТА ЗА ДЕЦА: с поглед към бъдещето

*„Дете загина при игра на екстремно телевизионно шоу”.¹
„13-годишно дете се обеси докато си играело на шоуто “Страх”.²
„Задушаване е причината за смъртта на дете, играело на “Страх”.³*

Заглавия от пресата

Тази книга започва така, защото е за медиите. Медиите, които сякаш ежедневно ни облъчват с подобни стресиращи новини. Книгата е и за децата, които често влизат в медиите по повод такива трагични събития. Тя е и за *обществото*, което позволява на медиите си натрапчиво да акцентират на черногледото и фаталното, и което оставя децата си да свършват своя детски живот на катерушката в градинката пред блока след съответни внушения от страна на телевизия, радио, интернет...

Медиите, телевизията, децата, обществото – това са опорните точки на едно актуално, обществено значимо проблемно поле. Актуално, доколкото днес повече от всякога обществото разчита на своята медийна и комуникационна инфраструктура – електронизира се, информатизира се, интензифицира информационния поток и нуждата от неговата организация и управление. С изключителна обществена значимост, защото фокусира днешните деца, тяхното израстване и социализиране, интегриране и утвърждаване като утрешно младо поколение. А развитието на децата – интелектуално и морално, социално и поведенческо, всъщност е развитието на човека в обществената среда. Това развитие, в което се оглеждат реалните ценности на обществото. В центъра на проблемния кръг са следните няколко възела: телевизията за деца: въздействия на телевизията и защита на децата; телевизията, провоки-

¹ http://www.dnevnik.bg/bulgaria/2009/03/24/694286_dete_zagina_pri_igra_na_ekstremno_tv_shou/. (Информацията във всички цитирани в книгата електронни източници е проверена и достъпна към 12.12.2010).

² <http://www.mediapool.bg/show/?storyid=150501>.

³ http://dariknews.bg/view_article.php?article_id=341839.

раца децата и създаваща риск за тях; телевизията като приятел или враг на децата; телевизията като трети родител – майка или мащеха на децата; деца-та, потопени в телевизия – зависими от нея; рисковите деца и телевизията.

Книгата избира да изследва телевизията. Измежду всички съвременни медии – били те „индустриални“ или „социални“, печатни или електронни, обществени или търговски – телевизията все още е на първо място в класацията за най-въздействаща медия в България. Тя, без съмнение, обсебва огромно зрителското време и съзнание, като особено засяга децата.

Причините за първенството са най-малко три: първо, *универсалността на достъпа*; второ, създадените аудиторни нагласи и модели за потребление на медийни продукти, които практически водят до *заучена безпомощност* пред екрана; трето, емоционалното и в не малка степен хипнотизиращо въздействие на аудио-визуалното съобщение и образ (структурирано създадено и контекстуално представено). Що се отнася до децата, още няколко предпоставки следва да бъдат взети предвид: като база са *особеностите на интелектуалното, психическо, морално и социално развитие на децата*; като надстройка – застрашително набъбващият обем от свободно време, което или е изпразнено от семейни и домакински ангажименти, или не е запълнено от организирани извънкласни занимания; като орнаментация – детската самовглъбяваща самота и разрушително опасна скука, където телевизията не само влиза, но и изгонва всичко останало.

Заедно с телевизията, книгата изучава децата. Особен акцент е поставен върху децата в начална училищна възраст (6-10 год.). Реално те прекарват голяма част от ежедневието си пред телевизора – гледайки, полухипнотизирани, предложените им програми; търсейки модните образи, филми, игри, забавления; често подменяйки полезното за тях с натрапеното им предаване. Така се превръщат в едни от най-активните, всеядни консуматори на телевизионните предавания, изливани от екрана. Метафорично, днес телевизията е с амбиция да обземе мястото на най-добрия приятел на децата. Голяма част от тях живеят в затворена среда, в която няма на кого друг да отдадат психичната си енергия, потребността си за доверие и емоционално общуване. В подобна емоционално-психологическа ситуация естествено възниква нуждата от по-задълбочен анализ на телевизионния свят на българските деца, на въздействията, които телевизията оказва индивидуално върху всяко от тях и общо върху съвременното детско поколение. Защото то, поколението на децата, наричано „интернет поколение“, *поколение Z, или M²* – както днес е формирано, така утре ще замести родителите си, за да продължи родовата традиция, общностната култура, цикъла на общественото развитие.

Телевизията и децата имат основни позиции в две от сферите на *обществото като социологическа система*⁴. Телевизията, като медия с най-големи възможности за формиране на обществени нагласи, отношения, мнения, е един от центровете в *сферата „комуникации“*. Създаването и възпита-

⁴ Михайлов, Стоян. *Социологическа система*. С., 2010, с. 79-134.

нието на децата, като човешка мисия и общностен и обществен ресурс, са цел на дейността в сферата „възпроизводство на населението”. Оттук следва поставянето на телевизията и децата в контекста на обществото и неговото пълноценно развитие като цяло. Според модела за обществото като социологическа система, развитието на обществото се постига чрез съгласуваност на дейностите на петте сфери – „материално производство”, „духовно производство”, „възпроизводство на населението”, „комуникации”, „обществено управление”. При несъгласуваност и несъответствие между тях развитието се забавя или деформира. Конкретно в рамката на въздействията на телевизията спрямо децата това означава, че телевизията трябва да способства за пълноценното, хармонично развитие на децата в името на общественото развитие. Това е част от обществената мисия на телевизията – независимо дали е обществена или търговска. Това е ясен критерий дали тя действа социализиращо или асоциално, дали съзнателно съдейства за израстването на децата, за тяхното лично благополучие, както и за общественото развитие. Разбира се, взаимните въздействия между телевизията и децата, поставени в контекста на обществото като система зависят от и определят взаимодействията между останалите сфери на обществото – икономика и политика, религия и морал, наука и изкуство, образование и култура. Защото от една страна обществото чрез ценностите си задава рамката, в която се осъществява телевизионната програма и параметрите на възпитанието и социализацията на децата. И от друга телевизията, чрез програмата, която излъчва, въздейства на зрителите, така че те да утвърдят или променят обществените ценности.

Всъщност осмислянето на въздействията на телевизията върху децата-зритатели, които се осъществяват в рамките на комуникацията между телевизията и децата, както и стимулирането на благотворните влияния и вариантите за ограничаване на рисковите и вредните, е предмет на изследването, представено тук. Необходимо е, както от методологична гледна точка за нуждите на анализа, така и от гледна точка на читателя за нуждите на разбирането и популяризирането на изводите, да се направят две конкретизации.

Първата задава времева рамка – изследването обхваща периода от 2001 до 2011 г. Дадени са и перспективи от по-далечното минало, за да се изясни предмета, като се проследят историческите тенденции в развитието му.

Втората необходима конкретизация засяга същността на изследвания предмет. Още в началото е добре да се въведе и обясни употребата на множествената форма „въздействия”, вместо единичната „въздействие”. Телевизионното съдържание реализира разнообразни по вид въздействия по отношение на аудиторията си, най-вече по отношение на детската. Типологизацията, използвана тук, е съобразно ефекта от въздействието (Пол Лазарсфелт, Робърт Мъртън). През призмата на този критерий телевизията осъществява *положителни* и *отрицателни* въздействия върху децата-зритатели. Съответно *функции* или *дисфункции*. В теоретичната литература се говори и за трети тип въздействия – такива с маловажни или неутрални последиствия, наречени „афункции”. На практика те се регистрират когато телевизионното

предаване няма зрители или има аудитория под минимално очаквания брой и по този начин не реализира планираните въздействия. Детски предавания без детска аудитория има и това дава повод да се мисли както за афункционалност на детската телевизия спрямо децата, така и за възможност на децата да въздействат върху телевизионната програма чрез зрителския избор, който правят – когато не гледат дадено предаване, то пада от програмната схема.

Обръщането на посоката на въздействията – децата въздействат на телевизионната програма, е примамлива, но и подвеждаща. Подхлъзващи са както *технологичното овластяване на аудиториите*, вкл. и на детската, в новата медийна среда, така и демократичната идея за *хоризонтално отношение между телевизията и аудиторията*. Овластяването е видимо в технологичното разширяване на възможностите за обратна връзка на аудиториите към създателите и разпространителите на медийните продукти. Това обаче все още не означава, че аудиториите в достатъчна степен въздействат върху формирането и излъчването на телевизионната програма. Още в по-голяма степен това важи за детската аудитория. От друга страна, отношението между телевизия и аудитория по същество е вертикално. То не променя посоката си, независимо дали се развива в демократично, тоталитарно или в друг тип общество, тъй като винаги от горната страна е телевизията като обществена институция и авторитет, която по същество непрекъснато осъществява планирано, овластено въздействие върху аудиторията в качеството ѝ на модерна, *разпръсната тълпа* (по Серж Московичи)⁵, стояща от долната страна на вертикала. Ето защо е пресилено да се говори за общуване между телевизията и аудиторията, вкл. детската. Терминът, който адекватно отразява спецификата на връзката между двете в настоящия медийен и социален контекст, е „*въздействия*”, при това предимно на телевизията спрямо зрителите.

Това, разбира се, не възражда бихейвиористичните теоретични постановки от 30-40 год. на миналия век. Както казва Елизабет Ноел-Нойман⁶, *въздействието на средствата за масова информация се дължи в по-голяма степен на качествата на публиката, отколкото на средствата*. Тезата, нееднократно доказана по-рано в теорията за двустепенния поток на комуникацията; в парадигмата за ограничените ефекти на медиите, както и в модела „използване-удовлетворение”, дава основание да се допусне, че въпреки вертикалната права между телевизията и децата, децата все пак не са пасивна маса, обречена да приема телевизионни въздействия. Тъкмо обратното – те имат ресурси за самозащита, филтри за медийно въздействие, формирани в процеса на семейно и училищно възпитание, социализация, ограмотяване и окултуряване. Децата в посочената възрастова група (6-10 год.) започват да изграждат и *умения за саморегулация на поведението си* (Жан Пиаже), които заедно с нивото им на медийна грамотност им служат като филтри за телевизионни въздействия. Освен да разчитат на собствените си емоционално-

⁵ Московичи, Серж. *Ерата на тълпите*. С., 2007, с. 231-259.

⁶ Ноел-Нойман, Елизабет. *Спиралата на мълчанието...* С., 2004, с. 154-164.

психологически и интелектуални ресурси, децата се защитават от вредните или рискови въздействия на телевизионното съдържание и посредством родителите и семействата си, приятелите и училището си. Обществото също има роля в този процес. Необходимо е пояснението, че по този начин зрителите-деца не оказват въздействие върху телевизионната програма, а предпазват себе си от възможните нейни рискови въздействия върху тях, поставяйки своеобразна бариера между себе си и екрана.

Концепцията за разнородност на въздействията води анализа в две посоки. По линия на положителните въздействия, които телевизията осъществява върху децата, се надскачат стереотипите за вредността на телевизията и за пасивността на децата. Анализът търси измеренията на здравословността на медийната среда, разбрана в широк и комплексен, обществен и човешки план като обществено здраве и благополучие. По линия на отрицателните въздействия – се премества акцентът от апологетичното приемане на телевизията като културна панацея на днешното време към едно балансирано и критично, коригиращо позициониране на телевизията в социалния, детския свят.

Въпросът, който неизбежно търси отговор е: как да се стимулира ползотворността и да се парализира вредността на телевизията спрямо децата, така че тя наистина да е „трети родител”⁷, повече „майка”, отколкото „мащеха”, повече „училище”, отколкото „убежище”⁸, да не изкривява и да не убива децата ни, а да ги създава и стимулира за живот с високо качество и хуманен смисъл? Формулирането на отговор или извеждането на модел за благотворно въздействие на телевизията спрямо интелектуалното и морално и социалното и поведенческо развитие на децата е целта на представеното изследване.

Носещите колони в конструкцията на отговора са три (Фиг. 1):

Първо, задълбочено познаване и осмисляне на взаимодействията между телевизия и деца.

Второ, стимулиране на телевизионното производство за деца, въз основа на ясни образователни, ценностни и интегративни критерии.

Трето, методи за защита на децата от въздействието на вредни за развитието им телевизионни съдържания, внушения, зависимости.

Контактът между телевизията и децата е основа за осъществяване на разнообразие от въздействия в комуникационния процес. Най-напред, проумяването на неговата своеобразност изисква познаване на *социалнопсихологическия профил на субектите* – в конкретния случай това са телевизията като медия, като социална институция с висока степен на общес-



⁷ Христова, Катя. *Третият родител*. В: сп. Родители, 7/2002.

⁸ Райчева, Лилия. *Телевизията – училище...* В: Монд Дипломатик, 11/2006.

твено влияние и децата като уязвима аудитория, като обществена ценност от най-висш порядък.

След това, аналитична интерпретация на комуникационното им поведение и въздействията, които взаимно си оказват. В микроперспектива телевизията въздейства индивидуално върху физическото, емоционално, когнитивно, социално развитие, но също и върху формирането и динамиката на микросоциалната среда на детето. На мезониво става дума за въздействия на телевизията върху детското поколение като ново, младо, заместващо поколение, но и за влияния върху родителското поколение и върху взаимоотношенията между двете. По пътя на логиката, проекциите на телевизионните въздействия в макроплан следва да се търсят върху общественото развитие, защото формираните или деформирани ценности, поведенчески модели, отношения, нагласи в детското поколение днес ще имат ясно проявление утре, когато децата станат възрастни модератори на обществената промяна.

Оказва се, обаче, че въздействията на телевизията върху различните групи деца – не само възрастово, но най-вече според принадлежността им към социално обособени групи и страти, не е еднакво. Това не противоречи на факта за високата степен на уязвимост на децата пред телевизионния екран, но подчертава възможността им за самозащита от телевизионните въздействия. Децата имат детски филтри пред медийните въздействия. Най-плътният от тях е *семейството и близката социална среда*, в която се очертава детския зрителски модел, формира се комуникационното поведение, общата културна и ценностна ориентация на детето. Следващият е *образованието и училището*, в което детето го получава. По-нататък са *гражданските организации* с мисия „грижа за децата“; публичните личности; обществени институции; държавната власт. Редът може да бъде продължен, а макропозицията в него е заета от обществото като цяло, което чрез целите и ценностите си задава рамката на взаимодействията между телевизията и децата.

Перла в короната на телевизионната комуникация с деца са детските телевизионни предавания. Те са каналът за директни въздействия на медията като социална институция спрямо децата. Анализът на тенденциите в програмирането за деца дава изключително богатство от резултати, особено като се вземе предвид тезата на Дейвид Бъкингам (2002), че телевизията за деца се прави от възрастни и логично пресъздава концепцията на възрастните за децата, визията на възрастните за социализацията на децата, позицията на децата в ценностната скала на възрастните⁹. Тази предпоставка надхвърля елементарното разбиране за детската телевизионна програма като „бавачка“, развлечение, игра за децата и я интерпретира като ценностно огледало на възрастните, в което се отразяват също и социалните, културни и идеологически граници между поколенията.

И накрая, равносметка на функционалността на телевизията спрямо децата. На тази база е възможно да се търсят причините за дисфункционалност

⁹ Buckingham, David (ed). *Small Screens:...* London and New York, 2002.

на телевизията: в микроплан – индивидуалност на детето-зрител, особености на семейната среда, приятелски кръг, училище; в средна перспектива – синхрон, асинхрон в отношенията между субектите в микросоциалния свят на детето, близки социални институции; в макрохоризонт – система на медийна регулация, само- и корегулация в контекста на обществените политики, цели и ценности. Логично следва и очертаването на възможен кръг от взаимосвързани мерки за стимулиране на разпространението на функционална телевизия и ограничаване на дисфункционалните ефекти на телевизионните програми спрямо децата.

Анализът на комуникационния процес между телевизията и децата, в чиято рамка телевизията въздейства върху развитието на децата – както чрез общата програма, така и чрез специализираните предавания за деца, изисква и налага използването на последователен *системен подход*. Това се отнася и за интерпретацията на телевизионните ефекти на трите системни равнища микро-, средно- и макроравнище, моделирането на телевизионната среда като безопасна за децата, защитата на децата като задължение на семейството и училището, като отговорност на телевизията и обществените институции, на медийната система и на обществото като цяло. Защо?

В същината си масовата комуникация е система, една от *основните социални системи*, както казва Никлърс Луман в лекциите си от 1991-1992¹⁰. И предлага *системната теория* и *теорията на комуникацията* да бъдат мислени заедно, поради тясната връзка помежду им.

Комуникационната система е съставена от взаимозависими елементи: комуникатор, съобщение, медия (канал), реципиент, въздействие (ефект), както посочва Харолд Ласуел през 1964¹¹. Той методологически разграничава отделните изследователски предмети в областта на комуникацията, но акцентира върху структурата и функцията на комуникацията като система в обществото.

По-напред във времето, през 1955, Елиу Катц и Пол Лазарсфелд издигат изследването на *въздействията (ефектите) на масовата комуникация* по отношение на обществото като основна цел на социологическите изследвания на комуникацията, независимо от конкретиката на предмета им¹². Авторите моделират матрица от четири взаимосвързани фактора, които определят въздействието на комуникацията и трябва да бъдат анализирани в системна обвързаност – два от страна на реципиента: достъп и социалнопсихологическа нагласа, както и два за комуникатора: вид медия и специфика на съдържанието. Е. Катц в своя статия добавя към тях и социалния контекст¹³. През същата година П. Лазарсфелд казва, че *разбирането и осмислянето на въз-*

¹⁰ Лумън, Никлърс. *Въведение в системната теория*. С., 2008, с. 286-312.

¹¹ Lasswell, H. *The structure and function of communication in society*. In: Boyd-Barrett, O., Chris Newbold (eds.) *Approaches to...*, London, 2008, p. 93-95.

¹² Katz, Eliahu, P. Lazarsfeld. *Personal Influence:...* USA, 2009, p. 400.

¹³ Katz, Eliahu. *Lazarsfeld's map...* In: *International Journal...*, Vol.13, № 3.

действията на телевизията спрямо децата е възможно, ако бъде изследвано във връзка с дейността на фактори като семейството, училището и др., свързани с развитието на детето¹⁴.

Това резюме на класическата теоретична мисъл в областта на социологическите изследвания на комуникацията показва комплексността на предмета на настоящото изследване и неизбежната необходимост той да бъде анализиран чрез прилагане на системно-функционалния подход. Първо, защото въздействията в процеса на комуникация, конкретно – въздействията на телевизията спрямо децата, зависят както от субекта и обекта, така и от контекстите, в които те са поставени, и тяхното осмисляне изисква комплексен анализ на комуникационния процес като цяло. Още повече, защото комуникацията „*телевизия-деца*” не е изолирана, а вградена в тъканта на *обществото като система*. На входа обществото чрез ценностите на поколението на възрастните задава критерии за възпитание, социализация на децата, а на изхода формира културния, ценностен, цивилизационен профил на младото, заместващото поколение, на бъдещото общество.

Системният подход позволява *осъществяване на целепологането*, заложено в настоящото изследване. Основната цел е да се предложи модел за благотворно въздействие на телевизията спрямо развитието на децата. В логиката на конкретизиране на предмета и интерпретирането му в макросоциална рамка, постигането на целта изисква анализ на всеки от елементите в системата „*общество-телевизия-деца*” – в неговата функционална обвързаност с другите, за да бъдат изведени дейностите, чрез които се осъществяват положителни или отрицателни въздействия. Според Антъни Гидънс „*да се изследва функцията на дадена социална практика или институция означава да се анализира участието на тази практика или институция в осигуряване съществуването на обществото като цяло*”¹⁵. Тази база позволява последващо изследване на целите, които си поставят субектите във взаимоотношението си с другите, и средствата, които избират, за да ги постигнат. Тук следва въпросът на Толкът Парсънс: *посредством какви ценности обществото ограничава индивидуалната свобода на избор в комбинацията от цели и средства*¹⁶? Отговорите, в конкретиката на изследвания предмет, задават макрорамката на модела за защита на децата в аудио-визуалното пространство. На средно равнище са фактори за стимулиране на функционалните взаимодействия в системата на медиите, самостоятелно и във връзка с обществените политики, цели, ценности, от една страна, и от друга – със социалнопсихологическите нагласи и особености на детската аудитория. В микроплан моделът за защита на децата от вредните влияния на телевизионната

¹⁴ Това е основната теза в доклада на Пол Лазарсфелд за телевизията и детската престъпност, изнесен пред Kefauver Committee през 1955. Цит. по Pecora, Norma (at all). *Children and Television:...* New Jersey: 2007, p. 1-41.

¹⁵ Гидънс, Антъни. *Социология*. С., 2003, с. 569.

¹⁶ Цит. по Лумън, Никлъс. Цит. съч., 2008, с. 20-21.

програма опира до особеностите на взаимоотношенията на детето със семейната и училищата среда, приятелския кръг, конкретното участие на телевизията в детското ежедневие.

Ако всеки обект, предмет, цел на изследване предполага своя адекватен подход, то в рамките на подхода се очертава и съответната теоретико-методологическа основа. Настоящото изследване е разгърнато върху основата на класическия функционализъм в социологическото изследване на комуникациите от 40-60 год. И по-конкретно, с оглед на предмета – въздействията на телевизията върху децата, е следван методологическия модел на Джордж Гербнер „култивационен анализ” (1969). Според него комплексното изследване на въздействията на телевизионната комуникация спрямо зрителите и в макроплан – спрямо съответната социо-културна среда, изисква три аналитични нива:

- институционален анализ;
- анализ на съдържанието на съобщенията;
- анализ на въздействието.

Изследването тук е разположено в същата координата, защото тя позволява въздействията на телевизията спрямо зрителите-деца да бъдат анализирани на индивидуално, личностно и на групово, поколенческо ниво. Преходът между трите дава възможност за извеждане на явления и процеси от индивидуална, микросоциална рамка до общностна и обществена макросоциална перспектива. И накрая, аналитичният синтез води до трансформациите на обществената структура вследствие на функциите/дисфункциите, които телевизията осъществява спрямо децата, като бъдещо заместващо поколение. Тази постановка пряко кореспондира с целта на настоящото изследване, а степента на нейното реализиране тук се оглежда в структурата и съдържанието на книгата.

Теоретичният и емпиричен образ на телевизионно-детското взаимодействие е предмет на първата част от книгата. Проследени са тенденциите в европейското и световно теоретично осмисляне на детско-телевизионните взаимоотношения – както в неговите конкретни медийно-комуникативни проекции (Уилбър Шрам, Нийл Поустман, Мари Дейвис, Джудит ван Евра, Белсън, Дейвид Бъкингам, Соня Ливингстън, Александър Федоров), така и в ракурса на теоретико-методологичните постановки на психологията на развитието (Жан Пиаже, Урие Бронфенбренер). Анализирани са процесът на осъществяване на телевизионно въздействие върху децата, за да се подчертае неизбежната необходимост от високи професионални и лични морални критерии на програматорите при работата им за деца, защото и функциите си, и дисфункциите си телевизията реализира с едни и същи методи и средства. Изведени са факторите, които усилват детската резистентност срещу телевизионните въздействия – това са уменията на децата за саморегулация на поведението или детските филтри за телевизионно влияние. Всичко е огледано в така нар. *емпиричен образ* на детската телевизионна аудитория, съставен на база няколкото

проведени в България емпирични изследвания по проблема в педагогическа (Божидар Ангелов), психологическа (Румяна Божинова, Ергюл Таир), социалнопсихологическа (Толя Стоицова) и медийно-социологическа перспектива (Константин Ангов).

Втората част е посветена съответно на методите и средствата за стимулиране на телевизионното производство за деца като фактор за увеличаване функционалността на телевизията спрямо децата. Специализираната детска телевизионна програма или предаване отговаря на характера и потребностите на собствения си зрителски сегмент, което безсъмнено е благодатна почва за осъществяване на организирани и целенасочени въздействия по отношение на целевата аудитория. Създаването на телевизионни предавания за деца изисква в еднаква степен познаване на особеностите на детската аудитория и спецификата на взаимодействие между телевизията и децата, както и въображение, творчество, професионализъм и продуцентска умелост.

Основният проблем е, че в момента в телевизионния ефир практически няма български детски предавания, създадени с ясна цел да възпитават, социализират и интегрират българските деца. Може би защото е трудно да бъдат създавани?

Поради тази причина втората част от монографията навлиза в технологията на телевизионното производство, като извежда три неизбежни етапа в продуцирането за деца: изследване на детската аудитория, продуциране и програмиране на предаването. Съществено внимание е отделено на етическите принципи при работата с деца, които би следвало да се съблюдават и прилагат във всички фази на телевизионното производство за деца. Читателят правилно ще усети, че текстът в тази част се отдалечава от академичното начало, за да навлезе в технологичния процес за създаване на телевизионната програма и телевизионното предаване за деца като неделима част от нея. Изследването на особеностите на телевизионния продукционен цикъл е направено, за да се изведе и подчертае тезата на Константин Ангов, че *разликата между предаванията за деца и предаванията за възрастни не е в технологията на тяхното производство, а в съдържанието и качеството на заложените в тях послания*¹⁷. Трудността е в откриването на адекватните за целевата детска аудитория послания и тяхното телевизионно формулиране.

Вследствие на липсата, децата все по-често стават зрители на непредназначени за тях телевизионни предавания и жертви на несъобразени с тях послания, образност, конфликтност, деформираност. Механизмът на въздействието е пределно ясен: телевизията показва опростени модели на поведение, повтаря ги до запаметяване. Поради естествената си незрялост, децата пренасят дословно и с лекота екранния образ в ежедневието си, без да съобразяват адекватността му спрямо реалните социални условия и последствията, до които може да доведе това поведение.

¹⁷ Ангов, Константин. *Отзив за ръкописа на гл. ас. д-р Катя Михайлова на тема „Телевизия за деца“*. Архив на катедра МОК, УНСС, София, Студентски град.

Екстремните резултати през 2002 г., вследствие на имитация на хватки от „Първична сила“ и „Разбиване“¹⁸, при групи деца бяха неудовлетвореност, раздразнение от физическата неподготвеност и неспособност да бъде повторено наблюдаваното поведение, при други – дребни физически наранявания, при трети – счупвания на кости. През 2009 г. резултатът е неволно детско самоубийство, на игра, след опит за имитация на сцена от риалити шоуто „Страх“¹⁹. Невидимите натрупвания за периода 2002-2011 г. предстои да бъдат проявени. Ето защо, заедно с прилагането на мерки за стимулиране на производството и излъчването на собствена специализирана телевизионна продукция за деца, трябва да бъдат предвидени и механизми за защита на децата от телевизионните съдържания с вредни или възможно вредни, рискови въздействия.

Защитата на децата пред телевизионния екран е съдържателен акцент в третата част от книгата. Обикновено закрилата на децата се свързва с прилагането на законодателни норми и регулативни практики. При тази нагласа защитата на децата-зрители се отнася едностранчиво само към практиката на регулативната институция – Съвет за електронни медии, за отстояване на законово постулираните правила за телевизионно програмиране в полза на децата. Практиката доказва, че подобна постановка не е ефективна. Необходимо е преместване на акцента от догматичното и елементаризирано разбиране към регулирането на медийното поведение спрямо детската и семейна аудитория, от административни рестрикции и форми на ограничаване на медийното съдържание към модерно и гъвкаво разбиране на обществената регулация на медиите като съвместяване на регулация, саморегулация и корегулация. Така би могло да се постигне съчетаване на държавно-институционалните, гражданско-културните и професионално-търговските фактори, при което телевизионният бизнес да печели, професионалистите да стават звезди, но и децата задължително да бъдат щадени, обслужвани в процеса на израстването им и интегрирането им като пълноценни хора и граждани, а не като увредени и невротизирани маргинали.

Предложеният тук модел за защита на децата от телевизионните съдържания с вредни или рискови въздействия надхвърля пределите на ограниченото тълкуване и защитава тезата, че ефективната защита на децата-зрители като основен фактор за стимулирането на благотворните и ограничаването на вредните въздействия на телевизионната програма предполага колективна, споделена отговорност и съвместни действия на няколко пряко свързани с децата, телевизията и обществото институционални системи.

Най-напред това е системата на медийната регулация както на национално, така и на общностно, европейско ниво. Дефицитите в нейната ефективност по отношение защитата на децата се компенсират от установените

¹⁸ „Първична сила“ и „Разбиване“ са предавания на Световната федерация по кеч, излъчени по Би Ти Ви в следобедна съботно-неделна програма, 2002.

¹⁹ „Страх“ е екстремно риалити шоу, излъчено по Нова телевизия, от 20.00 ч., 2009.

саморегулативни практики в областта на медиите. И тъй като защитата на зрителите-деца изисква ограничаване, *самоцензуриране*, „цензуриране” на телевизионното съдържание, се налага обединяване на регулацията и саморегулацията в така нар. практики за медийна корегулация. Това е само половината от модела – тази, която се отнася до активността на телевизията като субект в социалното развитие на детето.

Другата половина касае децата, защото те са не само обекти на защита, но и потенциални субекти с възможност за самозащита. Юношите и по-големите от тях могат да упражняват самозащитата си пряко, разчитайки на себе си и на собствените си способности. Самозащитата на децата между 6-10 год., върху които е акцентирано тук, както и на по-малките от тях по-често се осъществява чрез посредничеството на техните представители, за които вече стана дума. Във всички случаи самозащитата и защитата на децата зависи най-вече от степента на медийната грамотност, от способността да се разчитат и анализират, приемат или отхвърлят, създават и разпространяват медийни съдържания. Медийното ограмотяване на децата и техните представители е процес, който изисква целенасочени и организирани, съвместни усилия на семейството и близката социална среда, на училището и по-широкия обществен кръг.

Обобщено казано, защитата на децата пред телевизионния екран не е еднополюсен ситуативен проблем, чието разрешаване зависи единствено от волята и ценностите на телевизионните оператори и медийни регулатори. Това е процес, чието развитие зависи в еднаква степен от активността на детската и родителската, гражданската и обществено активната медийна аудитория.

В „*епохата на достъпа*” и „*парадоксалното щастие*”, на „*едноизмерния човек*” с индивидуалистични ценности, моделът за защита на децата в аудиовизуалното медийно пространство като споделена отговорност може да изглежда като изровен от миналото динозавърски скелет. Да, но само доколкото той се изгражда върху ценности, които днес са в криза.

В центъра на модела е ценността „*дете*”. Децата, тяхното отглеждане, възпитание, социализация са традиционна ценност за българите, но в началото на новото хилядолетие българите проявяват странно отношение към нея. Михаил Мирчев нарича това „*парадокс на ценността дете*”²⁰. Децата са желани, но чувството за отговорност, страхът за бъдещето им възпира раждането на второто желано дете. Те са обичани, но често „*похабявани*” физически, емоционално-психично, ценностно и мотивационно тук, в своята среда, или изтласкани от семействата си, от учителите си, от телевизията си в чужбина. Родителите правят това съзнателно или по инерцията на общата нагласа и говорене, за „*доброто на децата*”, за тяхната по-успешна личностна и професионална реализация. Телевизията прави това в общата вълна на Глобализацията, в търсенето на все по-широка аудитория, в трескавото 24/7 из-

²⁰ Мирчев, Михаил. *Социална динамика...* С., 2009, с. 100-108.

лъчване на телевизионна програма, пълна със западни, американски, а в последно време и турски модели, които създават илюзорна представа у децата, че там, извън България, е по-хубаво, по-леко се живее, по-лесно се успява.

Но вече се чува първите възгласи за спасяването на децата. Пилотираха и продължават да се развиват социални кампании в подкрепа на раждаемостта, родителството и семейството, за повишаване на хигиената, грамотността и образованието, физическото и социално здраве на децата, развиване на гражданската им култура и отговорно участие в реалното, обществено и виртуалното, компютърно пространство. Подобна гражданска активност няма как да не разсее парадокса на ценността „*дете*” и да не я върне към централна позиция, както ѝ се полага.

Моделът разчита на споделена отговорност на субектите в процеса на защита на децата от вредните телевизионни въздействия. Споделената отговорност предполага органична солидарност и изграждане на колективно съзнание (по Емил Дюркем). Точно това е премазано от модерната „*идеология на индивидуалната автономия*” (по Михаил Мирчев)²¹, при която всеки от субектите ориентира дейностите си само с оглед задоволяването на собствени потребности без идея за другите или за постигане на някаква обща цел. В същото време грижата за децата, защитата на децата и вчера, и днес, и утре е индивидуална цел на семейството, но и обществена цел, отговорност на училището, на телевизията, на медиите, на църквата и на още ред социални институции. Същият принцип е заложен и в Конвенцията на ООН за правата на детето. Той изисква диалог вместо конфликт между субектите в детското развитие, планирано едновременно за постигане на общата цел – благополучието на децата. Опитите да бъде пренебрегнат или изместен водят до статистика, която отчита ежегодно нарастващ дял на детското асоциално поведение.

Да, моделът за защита на децата в аудио-визуалното медийно пространство се основава на колективни и общностни ценности и поставя детето на върха на ценностната йерархия. Може би изглежда архаично, но този архаизъм, който гарантира развитие на детето в защитена, обгрижваща го и обичаща го микро- и макросреда е преди всичко здравословен – и за детето, и за семейството, и за обществото. Вероятно днес, в търсене на начини за спасение в кризата, все повече хора, семейства, микрообщности ще се ориентират към съвместен, колективистичен подход. Промяната на нагласата ще резонира постепенно в по-горните системни нива, докато се превърне в обществена ценност. Подобен процес на окрупняване на усилията започва да се наблюдава на нивото на макрообщностите и е закономерно да се разгръща и на средно, и на микроравнище. Всичко това е предпоставка да се предположи *ренесанс на колективните и общностни ценности*²².

Възможен е въпросът: защо е нужно да се изследва въздействието на телевизията днес, когато децата отдавна са надхвърлили нейните предели и

²¹ Мирчев, Михаил. Цит. съч., с. 103-104.

²² По подробно виж Мирчев, Михаил. Цит. съч., с. 104.

са свободни в безбрежието на интернет и новите медии. Телевизията вече има своя сериозен конкурент – интернет, но е факт, че децата прекарват два пъти по-малко време в интернет, отколкото за гледане на телевизия²³. Тя все още има първенство, не само количествено, но също и в качествен аспект.

Телевизията и децата имат редица общи характеристики. Една от тях е емоционалността – при телевизията, изразена в експресивността на визуалните, озвучени движещи се изображения; при децата, видима в очите, в смяната на настроеността, в откровеността, позволява впитането в рационалната изследователска аргументация на майчинска тревога и гражданска позиция.

За телевизия и деца може да се говори обективно, но не и равнодушно. Телевизията е съвременният разказвач на приказки (Джордж Гербнер, Нанси Синьорели, Майкъл Морган), а децата обичат приказки. Не толкова заради сюжета, колкото за да спечелят вниманието на разказвача – майката, таткото, бабата, дядото, за дълго време само за тях. Тъй като тази книга е и за деца, между отделните глави е разказана приказка за приключенията на осемгодишното момче – Джампиеро Бинда, което, погълнато от футболния мач на телевизионния екран, влиза в телевизора и обикаля света, преди още да е подозирал за неговото съществуване. Авторът е Джани Родари. Измислил е художествената метафора за всепоглъщащото въздействие на телевизията спрямо децата още през 70-те! Но и днес звучи все така актуално.

Приказката е подходяща за 6-10-годишни деца – чрез нея те усещат какво прави телевизията с тях. Препоръчва се и на възрастни – родители, телевизионери, медийни регулатори, адвокати, за да знаят че проектът „*телевизия за деца*“ е възможен, стига да има съгласие, споделеност на отговорността и воля телевизионното пространство да се изгражда като безопасно и благоприятно за децата.

Проектът „*телевизия за деца*“ може да изглежда консервативен днес, когато модата да се създават и разпространяват български, авторски телевизионни предавания за деца е отживяла времето си и са останали само „*последните мохикани*“, едва събиращи животоспасяващия рейтинг, за да останат на екрана. Но телевизията за деца не означава детска телевизия с двадесет и четири часова програма от анимационни филми за деца. Идеята не е в затваряне на децата в специално телевизионно пространство, защото децата живеят заедно с възрастните и пред телевизора трябва също да могат да бъдат заедно. Телевизията за деца не означава също и инфантилизирана телевизия за възрастни с денонощно предаване на лицеприятната, морално неосквернена страна на живота. Подобно снизхождение към децата би било не само обидно, но и неадекватно.

Тук се застъпва тезата, че телевизията за деца е модерна телевизия с *общ програмен профил*, с програма за потребностите и интересите на широк

²³ По данни от български изследвания, българчетата гледат телевизия около 3 часа дневно. Европейчетата, вкл. и българчетата, прекарват в интернет средно по 1,5 часа дневно, според EUKids Online.

спектър от аудиторни групи, вкл. и на зрителите-деца. Разликата между телевизията за деца от телевизията, каквато е в момента, е проявата на внимание и грижа към децата, което никога не може да отживее времето си. Внимание, което личи в доброволния стремеж за защита на уязвимата детска аудитория и грижа, която е видна в изпъстрянето на традиционните програмни схеми с авторски предавания, подходящи за деца.

Телевизията за деца не може да не бъде и телевизия за семейството, а семейството винаги е на мода; за доброто родителство – децата винаги имат нужда от разумни, сигурни и подкрепящи ги родители; за просветената майчина и бащина любов и грижа, които създават емоционално-психически комфорт на децата; за *дома като интимна среда на солидарност и хуманизъм*, където се сваля дневния стрес. Пряката връзка е основана на идеята, че децата са сърцето на семейството, проявата на внимание и грижа към децата е форма на социална подкрепа най-напред към самите деца и веднага след това към техните родители и близки, към хората, които имат ежедневна отговорност и грижа за тях.

Телевизията за деца прави децата *видими*, доколкото телевизията е публично пространство и негов инструмент. Те стават фактор не само в семейството, но и в училището си, в публичния живот като цяло. А това означава повишаване на значимостта, стойността на децата в обществото и едновременно с това – възпитаване на отговорност у самите деца. Все актуални политически цели, върху които се развиват европейски медийни, социални и културни политики в момента!

Телевизията за деца е проект, който може би изглежда извън времето, но то не е защото е изостанал в тематично, теоретично или методологично отношение, а по-скоро защото изпреварва момента. Според спиралата на развитието, след всяка криза, в този случай на ценностите, следва възраждане. В него най-често кристализират здравословните модели от предходния период, адаптирани към постигнатото ново културно и цивилизационно ниво. В тази логика телевизията за деца е телевизия за утрешното общество. Тук не става дума непременно и единствено за обществената телевизия, чието съществуване в епохата на многоканалната, дигитална, търговска телевизия е под въпрос. Тъкмо обратното – формата на собственост не е определяща.

Необходимо е оттласкване от възцарилото се обществено примирение спрямо търговския характер на телевизията и бизнес логиката на телевизионните собственици и оператори, журналисти и редактори. Има нужда телевизията да бъде изтласквана обратно към обществената ѝ отговорност – като възпитател и социализатор на децата, като щадяща тяхната ранима психика и неустойчива емоционалност, като измъкваща ги от наркоманията на дигиталната зависимост, като предпазваща ги от потребителско пристрастяване, както и от размиването на границата между морален реален живот и агресивен виртуален свят.