

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Факультет журналистики
Кафедра новых медиа и теории коммуникации*

**Детское телевидение:
ребёнок как потребитель телевизионного контента**

*Выполнила:
студентка V курса д/о
группы 507
Дарья Крылова*

Москва 2014.

О том, что на самом деле такое «детское телевидение (телевещание, телепроизводство и т. п.)» – телевидение для детей или телевидение, которое создаётся собственно детьми, давно ведут споры исследователи данного вопроса. Проблема состоит в том, что на практике оказывается невозможным разведение этих понятий, поэтому возникает путаница. В данной работе мы будем рассматривать телевидение для детей, потому что вопрос телевидения, создаваемого детьми – несомненно, интересный, но требующий иного подхода и отдельной обширной теоретической базы.

В теории телевидения существует лишь одно определение интересующего нас термина:

«Детское телевидение – это система направленных телепрограмм, адресованных самому юному поколению зрителей – дошкольного, школьного, подросткового и юношеского возраста. Цель таких программ – всестороннее воспитание и образование детей и юношества. По жанрам и формам детское телевидение весьма многообразно: сказки, публицистические программы, приключенческие, научно-фантастические, научно-популярные фильмы, встречи с интересными людьми, викторины, конкурсы, мультфильмы».¹

Углубимся историю вопроса. Первый шаг детского телевидения в СССР случился на Ленинградской студии 2 января 1939, когда на экраны вышла программа «С новым годом» (хотя пробные передачи выходили ещё в 1938, именно её принято считать первой). Эта же студия создала первый детский тележурнал «Телевизор» (в эфир вышли всего три номера) и программу «Весёлая эстрада». В это время на телеэкране можно было видеть кукольные, оперные и балетные постановки для детей («Зайкин дом», «Худо бережёная дочь», «Путешествие доктора Бабера»). В военное и послевоенное время создание программ этой тематической направленности прекратилось². В

1 Егоров В. В. Телевидение: Страницы истории. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 202 с.

2 Шохина Н. В. Сравнительный анализ детских телеканалов в России и Германии: магистерская диссертация / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – М., 2013.

конце 40-х годов была образована детская редакция в Московском телецентре. Как отдельное направление же детское телевидение оформилось лишь в 50-х годах: в 1955-м организована Главная редакция телевизионных программ для детей и юношества. В тот период расширялись тематические и временные границы создаваемых программ, к их созданию подключались специалисты разных профилей, расположение передач в сетке вещания впервые начинало соотноситься с распорядком дня детей. В течение 60-х были сформированы действующие по сей день принципы цикличности построения детского вещания и периодичности выхода передач³. А в 1965-м году, после успешной трансляции в Москве и Ленинграде курсов образовательных лекций по различным наукам, была создана Третья учебная программа Центрального телевидения СССР. Она вещала на Москву и Московскую область по 4,5 часа в сутки⁴. Стоит отметить, что общесоюзной программа не была никогда. Поэтому детские телепрограммы, которые существовали на десятках телецентров страны, не испытывали конкуренции и спокойно охватывали свою область вещания. Если и существовала практика обмена контентом между центральной редакцией детских и подростковых программ и локальными, то она носила единичный характер. Передачи Третьей программы охватывали самый широкий круг интересов: это программы и для учителей («Экран – учителю»), и для любителей литературы («Страницы творчества советских писателей», «Литературные беседы», «Поэзия»), истории (многосерийные исторические фильмы), театра (к 1976 году было снято на плёнку более 150 спектаклей), музыки («Музыкальный киоск», «Встреча с песней», «Товарищ песня»), науки («Человек. Земля. Вселенная», «Очевидное – невероятное», «Слово – учёному»), путешествий (по-настоящему культовые для СССР «Клуб

3 Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт / под общ. ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013. – 80 с.

4 Маковеев В. Четвертая программа Центрального телевидения и шестое чувство режиссёра // Телецентр. – 2007. – №1.

(Режим доступа: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=12703)

кинопутешествий», «В мире животных»), и для студентов, и для абитуриентов, и для школьников (лекции, телеуроки, учебный театр), и для специалистов народного хозяйства, и т. д. Третья программа также уделяла большое внимание кинематографу.⁵ С 1970-х и до середины 1980-х длится период подъёма детского телевидения в СССР – у создателей уже достаточно опыта для создания новых программ детям и юношеству, их число растёт, увеличивается и объём вещания, государство активно финансирует направление, в 1967 году открыт телецентр Останкино⁶. В 1981 году некоторые программы были признаны нерентабельными и закрыты руководством. В результате в 1982 году канал перестаёт существовать как «учебный», меняет программную политику и переименовывается в Четвертую программу. С этого момента образовательные проекты разбрасываются по эфирным сеткам всех остальных телеканалов. С началом перестройки интерес к программам для детей и молодёжи резко упал, число программ сократилось (аргументировалось это установкой на сокращение времени, которое дети проводят перед телевизором). Меняется формат общения с молодёжью, возникают такие знаковые программы как «До 16 и старше», «Марфон-15». На экранах появляется и зарубежный контент, в первую очередь, анимационный. Последние годы советского детского телевидения уместно назвать кризисными, поскольку государство окончательно потеряло к нему интерес, вследствие чего было нарушено единство задач и программной политики в работе с программами для малышей и юношества, а на первый план у аудитории вышел зарубежный продукт⁷.

Невозможно рассматривать телевидение без понимания его основных функций. Традиционно выделяют следующие функции⁸:

5 Большая советская энциклопедия – М.: Советская энциклопедия. 1969-1978.

6 Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт / под общ. ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013. – 80 с.

7 Там же.

8 Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика. / Под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Высшая школа, 2002. – С. 270-273.

1. Информационная;
2. Пропагандистская;
3. Функция социального управления;
4. Организаторская;
5. Рекреативная;
6. Культурно-просветительская;
7. Образовательная;
8. Интегративная.

Очевидно, что функциональные особенности телевидения стоят в прямой зависимости от возраста целевой аудитории. Однако на первый план в любом возрасте безоговорочно выходят культурно-просветительская и интегративная функции.

Наиболее распространённым возрастным делением в отечественной психологии является периодизация Д. Б. Эльконина⁹, основанная им на исследованиях Л. С. Выготского (многие исследователи, например, Н. В. Шохина, отмечают её наибольшее, по сравнению с другими концепциями, соответствие реалиям российской жизни):

1. Младенчество (первый год жизни);
2. Раннее детство (1-3 года);
3. Дошкольный возраст (3-7 лет);
4. Младший школьный возраст (7-11 лет);
5. Подростковый возраст (11-14 лет);
6. Ранняя юность (14-17 лет).

Возрастная психология выделяет различные изменения в психике детей в связи с переходом из одной возрастной категории в другую. В процессе взросления меняются доминирующие каналы восприятия ребёнка, тип отношений с миром и мышления, мотивация, физические возможности, сменяют друг друга актуальные темы и вопросы. Все это тема для объёмного подробного исследования, в данной же работе этот тезис приводится для

⁹ Эльконин Д. Б.. Избранные психологические труды. — М.: Педагогика, 1989 – 560 с. (с. 46-77)

того, чтобы доказать, что невозможно создать «универсальное детское» телевидение. Наиболее продуктивным способом удовлетворения потребностей аудитории будет уход в нишевость, работа на более узкую аудиторию, 1-3 рядом стоящие возрастные группы. С экономической точки зрения этот путь невыгоден, зато с психологической вполне отвечает социальному запросу. Далее мы посмотрим, по какому пути пошли гиганты современного российского детского телевидения.

Доверие детской аудитории к источникам информации гораздо сильнее, чем у взрослых. Поэтому в идеале, потребителем ребёнок становится опосредованно, через «фильтр» в лице родителей (при условии здоровой обстановки в семье).

Важно отметить, что психологические особенности каждого возраста влияют не только на тип поведения ребёнка, но и на его способность воспринимать информацию. Поэтому также, как психология ставит разные нормы развития для каждого из возрастов, исследователи телевидения ставят разные развивающие задачи для каждого из них. Прежде чем рассмотреть их подробно, остановимся на одном из основополагающих для нижеизложенной классификации тезисов: задачи и стратегии развития у Е. Л. Солдатовой сформированы на основе идеи о том, что познавательные потребности человека ненасыщаемы. Важной особенностью данной классификации является и то, что она не учитывает периоды младенчества и раннего детства, которые рассматривал Эльконин, по-видимому, по причине невозможности этих возрастных категорий целостно воспринимать и перерабатывать информацию (позже мы увидим и отсутствие телевизионных каналов, в целевую аудиторию которых водили бы малыши этого возраста). Итак, становимся подробнее на развивающих задачах для каждой возрастной категории¹⁰:

1. Ранний дошкольный возраст (3-5 лет):

10 Солдатова Е. Л. Возрастно-психологические особенности восприятия как критерий эффективности массовой коммуникации // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2013. – №1. (с. 35-38)

- расширение модальностей восприятия;
- формирование образного мышления;
- формирование сенсорных эталонов;
- формирование образа тела и ценностного отношения к нему;
- развитие полоролевой идентификации.

2. Старший дошкольный возраст (5-7 лет):

- улучшение точности восприятия;
- формирование опосредованного запоминания;
- развитие сосредоточенности и устойчивости внимания;
- увеличение длительности сохранения материала в памяти;
- обогащение воображения;
- формирование обобщённых знаний;
- совершенствование ориентировки во внешних свойствах и отношениях предметов и явлений в пространстве и времени;
- расширение области интересов;
- формирование нравственной сферы и этических эталонов;
- формирование и развитие воли и произвольности психических процессов;
- формирование «языка» чувств, эмоциональное развитие;
- формирование представлений о социальных ролях;
- создание условий для знакомства с особенностями взаимоотношений между людьми и освоения способов взаимодействия.

3. Младший школьный возраст (7-10 лет):

- развитие синтезирующего восприятия, способности к наблюдению;
- формирование системы научных понятий, теоретического мышления;
- развитие смысловой памяти и обучение использованию мнемонических приемов;
- развитие познавательной активности, содействие любознательности в познании окружающего мира, содействие формированию собственной картины мира.

4. Подростковый возраст (13-15 лет):

- формирование представлений о психофизиологических изменениях, связанных с половым созреванием;
- создание условий для развития логического мышления (задачи, требующие доказательств и критического взгляда);
- расширение знаний и компетентностей;
- содействие развитию потребности в самообразовании и самосовершенствовании;
- содействие профессиональному и личностному самоопределению;
- создание условий для активного, самостоятельного, творческого познания;
- формирование устойчивых увлечений;
- содействие формированию системы ценностей;
- создание условий для познания собственных чувств и переживаний, личностных особенностей.

5. Ранний юношеский возраст (15-17 лет):

- содействие формированию профессиональных интересов;
- создание условий для формирования нравственного сознания;
- формирование ценностных ориентаций и идеалов, мировоззрения;
- содействие осознанию своего места в мире;
- содействие развитию эмоциональной сензитивности и избирательности через формирование идеалов и эталонов глубоких отношений.

В той же работе Е. Л. Солдатова рекомендует стратегии и формы телевизионного воздействия на эти группы школьников, которые связаны с развивающими задачами телевидения и способны повысить эффективность восприятия детьми информации. Обратимся к её рекомендациям:

1. Младший дошкольный возраст. Стратегии:

- передачи информации о назначении использования предметов и сенсорно обогащенной среды.

Формы воздействия: игра, театрализованные представления, сказки, «музыкальные зарисовки», мультфильмы.

2. Старший дошкольный возраст. Стратегии:

- передачи информации о социальных и гендерных ролях, отношениях детей и взрослых, социально приемлемых способах взаимодействия людей;
- опоры на особенности детской субкультуры (игра по правилам, иерархия мотивов и отношений);
- опоры на морально-нравственные нормы;
- опоры на образный и стимулирующий непосредственный интерес материал;
- опоры на информационно насыщенную среду.

Формы воздействия: те же, а также конкурсы, стимулирующие продуктивные виды творческой деятельности – рисование, лепка, сочинение сказок и т. д.

3. Младший школьный возраст. Стратегии:

- передачи информации о системе научных понятий и фундаментальных представлениях о мире;
- развития познавательной активности, содействия любознательности в познании окружающего мира;
- содействия формированию собственной картины мира на основе научных знаний;
- опоры на морально-нравственные нормы;
- опоры на наглядный материал;
- опоры на информационно насыщенную среду.

Формы воздействия: интеллектуальная игра; соревновательные игры, конкурсы; детские фильмы.

4. Подростковый возраст. Стратегии:

- передачи информации о человеческих отношениях, об изменениях организма человека, связанных с половым созреванием;

- развития познавательной активности, содействия систематизации знаний и выработке индивидуальных познавательных интересов;
- содействия формированию научной картины мира;
- опоры на словесно-логический материал;
- опоры на информационно насыщенную среду;
- передачи информации о гендерных отношениях;
- развития познавательной активности, содействия выработке индивидуального стиля умственной деятельности;
- использования высокого креативного потенциала подростков для реализации созидательных целей;
- опоры на словесно-логический и абстрактный материал;
- опоры на информационно насыщенную среду в области культуры и науки.

Формы воздействия: интеллектуальные соревнования; групповые, командные игры; детско-юношеские фильмы, дискуссии, ток-шоу.

5. Ранняя юность. Стратегии:

- передачи профессионально-ориентированной информации;
- содействия выработке политической и социальной культуры;
- содействия формированию мировоззрения;
- опоры на интерес к самопознанию и познанию внутреннего мира человека;
- опоры на информационно насыщенную среду в области культуры, философии, науки и политики.

Формы воздействия: дискуссии; интеллектуальные ток-шоу; юношеские фильмы.

Теперь перечислим крупнейшие бесплатные каналы для детей, подростков и молодёжи, которые вещают сегодня в России и составим диаграмму¹¹, которая визуализирует охватываемый возрастной диапазон для каждого из них (однако не стоит забывать, что контент для детей с успехом и

¹¹ Данные о возрасте целевой аудитории взяты с официальных сайтов телеканалов. Диаграмма составлена автором специально для данного исследования.

высокими рейтингами существует не только в рамках специальных детских, но и универсальных телеканалов, которые мы в данный список не включаем):

Cartoon Network (6-12 лет);

Nickelodeon (6-15 лет);

Disney (10-45 лет);

2x2 (11-34 лет);

Детский (6-12 лет);

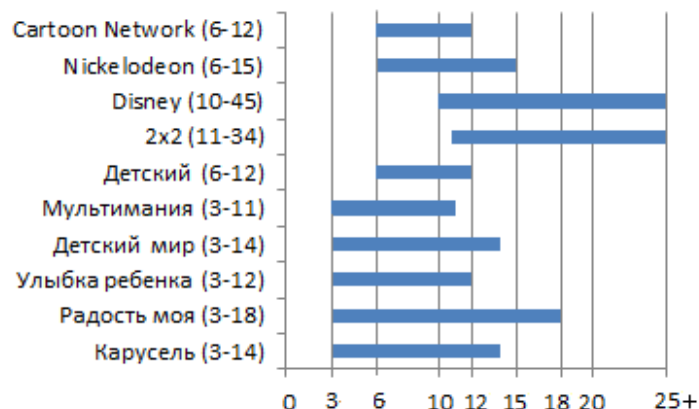
Мультимания (3-11 лет);

Детский мир (3-14 лет);

Улыбка ребёнка (3-12 лет);

Радость моя (3-18 лет);

Карусель (3-14 лет).



Мы не будем разбирать подробно специфику каждого из перечисленных каналов, в списке указан лишь один, важнейший для нашего исследования, критерий – возраст целевой аудитории. Для нашего исследования важным будет сделать вывод, что на отечественном телевидении попросту отсутствует контент для детей от 0 до 3 лет. Плохо охвачен и возраст ранней юности, 14-17 лет (этот возраст задевает сетка лишь 4х каналов). Видно также, что возрастной промежуток 6-12 лет, а это младший школьный возраст, является самым популярным и охватывается абсолютно всеми каналами (все каналы, но не всегда целиком всю группу).

Основными видами контента, который предоставляет для потребления детям отечественное телевидение XXI века на всех каналах, являются:

- полнометражные и короткометражные анимационные фильмы;
- художественные фильмы;
- мультипликационные сериалы;
- телевизионные программы;
- детские телесериалы.

Все виды контента могут производиться как в России, так и за рубежом. Однако в меньшей степени это касается детских телепрограмм, в которых многое завязано на менталитете, особенностях языка и народной культуры.

Как пишет в одном из своих исследований Андрей Вырковский¹², сегодня общая доля «детского» контента на российском телевидении – всего 5,29% (без учёта канала 2x2). Но гораздо хуже то, что этот объём быстро сокращается: с 2008 по 2011 доля детских программ в эфире уменьшилась почти в два раза. Работа канала Disney не особенно улучшает ситуацию. Однако этот дефицит восполняется платными телеканалами – в 20-ку крупнейших неэфирных каналов 2011 года вошли три детских (Карусель, Disney Channel, Детский мир). Более того, платные телеканалы позволяют сделать больше возрастной и тематический разброс, а значит, удовлетворять больше детских потребностей и интересов.

Непопулярность программ для детей объясняется ещё и тем, что они невыгодны производителю и вещателю с финансовой точки зрения – федеральный закон «О рекламе» ограничивает размещение рекламы в контенте, предназначенном детям: в зависимости от длительности передачи устанавливаются допустимые длительность и расположение рекламы (гл. 2, ст. 14)¹³:

- программы длительностью менее 15 минут – 1 минута в начале и перед концом;
- программы длительностью менее 25 минут – 1,5 минут в начале и перед концом;
- программы длительностью менее 40 минут – 2,5 минуты в начале и перед концом;
- программы длительностью 1 час и более – 3 минуты в начале и перед окончанием.

12 Вырковский А. Детское телевидение – неэфирный дрейф // МедиаТренды. – 2013. – №2 (39). (с. 5).

13 Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2014) (13 марта 2006 г.)
(режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163963/).

Большое влияние на детско-юношеское телесмотрение оказал и принятый в 2012 году закон о защите детей от ненадлежащей информации¹⁴.

Данный закон:

- определил значение понятия «информация, причиняющая вред здоровью и (или) развитию детей» (гл. 1, ст. 5);
- сделал обязательным условием классификацию информационной продукции по ряду категорий до выхода её в эфир (гл. 2, ст. 6-10);
- сделал обязательным определение и маркировку всей продукции (не только телеконтента) и сопутствующей документации для детей возрастной категории, которой она адресована (гл. 3, ст. 12). Маркировка может не накладываться на: учебные пособия, программы, выходящие в прямом эфире, издания с общественно-политической и производственно-практической направленностью, радиопередачи, Интернет-материалы (кроме сетевых ресурсов), комментарии на Интернет-ресурсах; некоторая продукция допускается к показу в присутствии родителей (гл. 3, ст. 11);
- подробно охарактеризовал смыслово и тематически допустимую для каждой возрастной категории продукцию (гл. 2, ст. 7-10);
- выдвинул требования к обороту печатной информационной продукции (гл. 3, ст. 11), а также дополнения для оборота продукции на телевидении, радио и в Интернете (гл. 3, ст. 13-15);
- описал принципы оборота запрещённой для детей информации (гл. 3, ст. 16);
- обозначил требования к порядку проведения и оформлению экспертизы информационной продукции, а также её правовые последствия (гл. 4, ст. 17-19);
- обозначил органы, осуществляющие государственный и общественный контроль соблюдения положений закона (гл. 5, ст. 20-21);

¹⁴ Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 14.10.2014) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
(режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_169775/).

- определил последствия правонарушения в соответствующей сфере (гл. 6, ст. 22);
- заключительное положение определило порядок вступления в силу закона – 1 сентября 2012 года (гл. 7, ст. 23).

Рассматривая телевизионное потребление, нельзя не остановиться и на отрицательном с чисто физиологической точки зрения воздействии процесса телесмотра на детей. Очевидно, что телевидение оказывает гораздо большее влияние на детей, чем на взрослых по причине ограниченности их способности фильтровать информацию (и чем младше ребёнок, тем меньше развита эта способность).

Исследователь Мария Аникина¹⁵ утверждает, что просмотр телевизора может негативно сказываться на ребёнке по следующим причинам:

- отсутствие комментирования происходящего близким взрослым может повлечь за собой неверную интерпретацию событий и, как следствие, сформировать неадекватную реальности картину мира;

- просмотр телевизора чреват переутомлением, поскольку современные телепрограммы насыщены образами и аудиовизуальными выразительными средствами;

- существует риск формирования зависимости от телевизионного отражения жизни (она легко возникает не только у детей, но и вообще у людей, не привыкших к информационно насыщенной среде и неспособной фильтровать поступающие сведения);

- пассивный характер потребления и развлечения провоцирует снижение мыслительной активности, формирует ощущение непричастности к происходящему, снижает деятельностный потенциал, познавательную мотивацию, а также способности фантазировать, концентрировать внимание, рефлексировать;

- насилие на телеэкране предстаёт облагороженным и безнаказанным, программы по понятным причинам не всегда

¹⁵ Аникина М. Телевидение для детей: плюсы и минусы // МедиаТренды. – 2013. – №2 (39). (с. 2).

показывают страдания жертв, в результате дети становятся менее чувствительны к боли других людей и видят возможной агрессивную модель поведения;

- универсальные телеканалы, в отличие от специализированных, не всегда обращают внимание на мнение детских психологов в период выбора, создания и планирования эфирной сетки.

Все это безусловно отрицательно воздействует на ребёнка. Ситуацию усугубляет и то, что вопреки всем стараниям телепроизводителей создавать контент исключительно для детей, социологические исследования говорят, что дети «охотно поглощают не только и не столько адресованную им информацию, сколько контент более широкого характера»¹⁶. Отсюда можно сделать вывод, что ответственность за то, что увидит по телевизору ребёнок (даже при наличии возрастной маркировки) нельзя возлагать на телевидение – контролировать этот процесс всегда должны родители, вне зависимости от того, какой канал смотрит ребенок, в противном случае негативные последствия не заставят себя ждать.

В заключение важно ещё раз напомнить: одна из важнейших черт, присущих детству – доверчивость. И именно она может сыграть однажды с ребёнком злую шутку. К сожалению, российское телевидение с каждым годом становится все менее пригодным для детского просмотра, ему уже нельзя доверять так же слепо, как доверяли на этапе его зарождения в СССР наши бабушки. Уменьшается количество контента, сокращается государственное финансирование, для частного финансирования данная область малопривлекательна, ужесточается законодательство. И несмотря на свою богатую историю и потенциально широкое жанрово-тематическое разнообразие, телеэфир становится все труднее реализовывать культурно-просветительскую и интегративную функцию, которые при достаточном уровне внимания к ним, могут сыграть важную роль в воспитании и развитии ребёнка – человека и гражданина. И детское телевидение, как и подавляющее

16 Аникина М. Телевидение для детей: плюсы и минусы. // МедиаТренды. – 2013. – №2 (39). (с. 2).

большинство других сфер журналистской деятельности, сегодня все больше клонится к развлекательности. По этой причине необходимо понимать и не забывать о важности внимательного подхода и контроля взрослого человека за тем, что смотрит ребёнок в своё свободное время.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

- ❖ Аникина М. Телевидение для детей: плюсы и минусы. // МедиаТренды. – 2013. – №2 (39).
- ❖ Большая советская энциклопедия – М.: Советская энциклопедия. 1969-1978.
- ❖ Вырковский А. Детское телевидение – незфирный дрейф // МедиаТренды. – 2013. – №2 (39).
- ❖ Егоров В. В. Телевидение: Страницы истории. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 202 с.
- ❖ Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика. / Под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Высшая школа, 2002. – С. 270-273.
- ❖ Маковеев В. Четвертая программа Центрального телевидения и шестое чувство режиссёра // Телецентр. – 2007. – №1.
(Режим доступа: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=12703)
- ❖ Солдатова Е. Л. Возрастно-психологические особенности восприятия как критерий эффективности массовой коммуникации // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2013. – №1.
- ❖ Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт / под общ. ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013. – 80 с.
- ❖ Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2014) (13 марта 2006 г.)
(режим доступа:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163963/).
- ❖ Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 14.10.2014) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
(режим доступа:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_169775/).
- ❖ Шохина Н. В. Сравнительный анализ детских телеканалов в России и Германии: магистерская диссертация / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – М., 2013.
- ❖ Эльконин Д. Б.. Избранные психологические труды. — М.: Педагогика, 1989 – 560 с.