С активным развитием СМИ в современном мире происходит укрепление доверия людей к информации, публикуемой в различных источниках, в том числе и на экранах телевизоров. В связи с этим журналисты активно начинают публиковать не только развлекательный контент, но и информацию о негативных сторонах жизни общества. Это делается с целью освещения социальных проблем [2]. В своем исследовании мы обращаемся к проблеме, которая ярко проявилась в обществе XXI века – сексуальным домогательствам.

Изучение темы сексуальных домогательств на телевидении предполагает определение и разъяснение такого понятия как *сексуальное домогательство.* По определению сотрудников секретариата ООН это «любое ненадлежащее и нежелательное поведение, которое можно обоснованно воспринять причиняющим обиду или унижающим другого человека».

Цель распространения информации событиях такого рода в СМИ может быть разная. Например, для увеличения количества просмотров телепередач, ведь подобные ситуации вызывают живой интерес. Или же для того, чтобы поднять тему сексуальных домогательств на уровне обсуждения изменений в законодательстве. Для того, чтобы выяснить истинные причины публикации материалов о сексуальных домогательствах, необходимо выяснить, как их воспринимают потенциальные зрители.

Метод фокус-групп предполагает общение группы незнакомых друг с другом людей на определённую тему. При помощи вопросов модератора они начинают высказывать своё мнение о проблеме и отвечать на вопросы. Это помогает наблюдателям понять побуждения и детальную реакцию респондентов [1].

Для нашего исследования метод фокус-групп является наиболее подходящим, потому что нам необходимо увидеть и изучить первые эмоции и чувства, которые возникают у зрителей после просмотра телепередач. С помощью них можно понять, как разные жанры воздействуют на человека. Также выбранные нами телепередачи касаются сложной специфической темы – сексуальных домогательств. Именно этот метод позволяет заранее предупредить респондента о теме исследования, чтобы он морально подготовился к диалогу.

Уже первичный анализ исследуемых нами источников (Специальный репортаж «Уличный абьюз в Москве», телеканал М-24, 26.05.2021; Документальный фильм русской службы BBC «Нет значит нет», 09.08.2019 г.; Авторская программа «Берлинские окна» на телеканале OstWest, выпуск «Сексуальное насилие над детьми: можно ли пережить травму и как помочь?», 08.07.2019 г.; Реалити-шоу «Аферисты в сетях», выпуск «Телефон или интим?», 20.02.2018 г.; Информационное ток-шоу на телеканале НТВ «Говорим и показываем», 17.07.2017 г.; Информационный сюжет телеканала ГТРК «Саратов» «Девочка-подросток стала жертвой сексуального насилия», 08.06.2014 г.) позволяет выявить основные черты подачи информации о сексуальных домогательствах на телевидении, эффективность разных жанров телепередач и реакцию зрителя на них:

1. Формат программ влияет на восприятие информации о социальной проблеме зрителями. В ток-шоу реакция зрителей, как правило, негативная. Можно говорить также и о невербальной реакции, ведь в телепередачах можно определить реакцию зрительного зала;

2. Жанры ток-шоу и реалити-шоу вызовут яркие реакции респондентов, однако эти эмоции противоречивы и не побуждают желанию противостоять сексуальным домогательствам.

3. Жанр информационного сюжета вызовет самые спокойные и непротиворечивые реакции у респондентов, так как он стал обыденным.

4. Остальные жанры окажут более качественное влияние на респондентов: у них появится желание выступить против сексуальных домогательств. Их высказывания будут транслировать не эмоции, а предложения по решению проблемы.

Однако для более тщательного и объективного изучения этого вопроса требуется последовательное описание способов представления проблематики журналистами, а также влияния жанров телепередач на зрителя с применением таких методов анализа как коммуникативно-прагматический (анализ ситуативного поведения, в т.ч. и невербального), стилистический (анализ средств вербальной суггестии), количественный (определение доминирующих приемов и средств), также будет использован метод фокус-групп (определение степени эффективности воздействия на зрителя телепередач различных жанров) и сравнительно-сопоставительный анализ (расшифровка результатов проведения фокус-групп). С их помощью можно будет точнее говорить о способах представления проблемы сексуальных домогательств на телевидении и реакции зрителя.

Библиографический список:

Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии / Дмитриева Е.В. – М., 1998 – 144 с.

Чепкина Э.В., Мельникова Ж.Д. Дискурсивные практики конструирования сенсационных текстов СМИ о сексуальных домогательствах // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2018. Т. 24. № 4 (180). С. 37-41.