

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. Р. ДЕРЖАВИНА»

На правах рукописи

Капустина Галина Леонидовна
СОВРЕМЕННАЯ ДЕТСКАЯ ГАЗЕТА КАК ТИП ИЗДАНИЯ

Специальность 10.01.10 – журналистика

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель –
кандидат филологических наук, доцент
Зверева Екатерина Анатольевна

Тамбов – 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Детская периодика: исторический, функционально-типологический и содержательный аспекты	20
1.1 Опыт создания и выпуска детских журналов в контексте ключевых тенденций исторического развития периодики для детей	22
1.2 Газета в структуре детской прессы как самостоятельный тип изданий	36
1.3 Типологические характеристики детской прессы	45
1.4. Возрастные и психологические особенности детской аудитории	59
1.5. Профильные характеристики современной детской газеты	78
Глава 2. Современные детские газеты: концептуальные модели	84
2.1. Просветительская журналистика для детей: информационно-публицистический аспект (на примере газеты «Пионерская правда»)	88
2.2. Развивающая журналистика для детей: специфика региональных газет (на примере липецкой областной детской газеты «Золотой ключик», тамбовской областной школьной газеты «Ровесник»)	103
2.3. Диалогичная журналистика для детей: межпоколенческий диалог в рамках информационного пространства (на примере «Юношеской газеты»)	118
2.4. Рекреационная журналистика для детей: игровое коммуникативное пространство современной детской газеты (на примере газеты «Незнайка»)	131
Глава 3. Перспективные направления эффективного функционирования современных детских газет	139
3.1 Интерактивные формы общения с аудиторией	141
3.2 Развитие самодеятельной школьной прессы	147
3.3 Модель «газетной семьи»: приложения и тематические выпуски	165

3.4 Сетевые версии детских газет	172
Заключение	179
Список литературы и электронных ресурсов	184
Приложение №1	
Приложение №2	
Приложение №3	
Приложение №4	

Введение

Современная массовая культура создала коммерциализированные детские средства массовой информации, превратившиеся в ресурс мировоззренческой деформации подрастающего поколения. Сегодня мы наблюдаем деактуализацию функций детских периодических изданий: такие традиционные ценности, как духовность, трудолюбие, любовь, преданность, искренность, честность, либо не выражены совсем, либо подменяются внешними атрибутами, либо высмеиваются; темы семьи, нравственности поднимаются редко, бессистемно, тонут в потоке второстепенной информации; недостаточное количество рубрик, отражающих сложную область человеческих отношений, моральные и нравственные проблемы современного общества. Эффект «уродливой» социализации подростков проявляется и в том, что явно не учитываются особенности детского и подросткового восприятия медийной информации, которая может наносить существенный ущерб даже физическому здоровью. Отсутствие должного внимания к отечественной детской периодике негативно сказывается на содержательной модели детских газет и журналов.

Актуальность исследования

Психологами установлено, что в детстве и отрочестве не просто формируется система знаний, умений и навыков, но создается интеллектуальная база, на основании которой саморазвивается, самовоспитывается, самообразуется человек. СМИ сегодня рассматриваются как мощный фактор влияния на подрастающее поколение. В последнее время появилось много работ, изучающих воспитательный потенциал телевидения¹. Исследователи говорят о его «огромном созидательном потенциале,

¹См., в частности: Барсукова О. В. Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / О. В. Барсукова ; Воронеж. гос.ун-т ; науч. рук. А. М. Шестерина. – Воронеж, 2012. – 26 с.; Жукова Д. А. Влияние детской журналистики и СМИ на групповое и индивидуальное сознание детей: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11/ Д. А. Жукова ; Краснодар. ун-т МВД России ; науч. рук. М. Б. Маринов. – Краснодар, 2012. – 29 с.; Каюми А. Х. Детское телевидение в контексте социокультурных и воспитательных проблем : (сравнительный анализ российского и афганского опыта) : дис. ... канд. истор. наук : 17.00.08 / Каюми Абдул Хамид. – СПб., 1994. – 166 с.; Когатько А. Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Когатько Анна Геннадиевна. – М., 2006. – 253 с.

способности оказывать помощь в воспитании и формировании личности ребёнка, удовлетворять его познавательные запросы и благотворно влиять на обучение»¹. Однако из всех источников информации именно телевидение предлагает ребёнку готовый зрительный и озвученный образ, который сразу начинает «жить» в его сознании. Со временем это лишает способности самостоятельно мыслить, воображать, анализировать, без чего просто невозможно представить себе полноценное развитие личности. Не будем забывать и о ярко выраженном агрессивном компоненте, который зачастую несёт в себе видеоряд. Ещё в 1940-е гг. прошлого столетия, до появления массового телевидения, известный американский исследователь массовой коммуникации П. Лазарсфельд отмечал, что если люди могут выбирать между радио и печатью, чтобы отчётливо уяснить себе суть вопроса, то чем выше их культурный уровень, тем более, вероятно, что они будут читать, а не слушать². Важно воспитывать эту «привычку» читать с самого раннего возраста, чему во многом содействуют детские газеты. Интернет-среда их заменить не может: пока не урегулировано законодательство в сфере распространения информации для детей в Сети, целесообразность размещения тех или иных ресурсов представляется сомнительной, риски слишком велики. Стремительное сокращение количества издающихся детских газет, отсутствие устойчивого интереса к данному типу периодики среди юного поколения приводит к потере читателя и у «взрослых» изданий. Практика показывает: чем моложе аудитория, приобщаемая к сотрудничеству, тем выше воспитательный эффект его воздействия впоследствии³. Именно на этапе взросления воздействие СМИ чаще всего запаздывает. Проблема детского чтения сегодня активно обсуждается на всех

¹Жукова Д. А. Влияние детской журналистики и СМИ на групповое и индивидуальное сознание детей: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11/ Д. А. Жукова ; Краснодар. ун-т МВД России ; науч. рук. М. Б. Маринов. – Краснодар, 2012. – С.12.

²Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / пер. с англ. М. М. Макарова // Массовая коммуникация и общество. – М. : Аспект Пресс, 2000. – С.243-256.

³Лебедева Т. В. Детское радиовещание : специфика общения с аудиторией : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. В. Лебедева ; Моск. гос. ун-т. – М., 1989. – С.1.

уровнях, и нам кажется, что в этих условиях особенно актуально осмысление социального статуса детской газеты, её типологических и профильных особенностей. Значимость научного исследования темы обусловлена и уникальностью самого типа издания: детская газета создаёт условия формирования гражданской позиции, отношения к какому-либо социальному явлению. Именно детская газета способна воспитать социально активного читателя, ввести его в круг «недетских» проблем. Это тем более актуально, что дискурс детской игровой культуры нашего времени полностью лишён просветительской периодики (аксессуарного, атрибутивного статуса пёстрой среды многочисленных детских газет-калек в рамках научного освещения проблемы мы не учитываем), и в этом смысле иницирующий фактор медийной глобализации содействует формированию устойчивой тенденции отчуждения ребёнка от важных общественных проблем, манифестирует псевдоценности. Одновременно детская периодика вынуждена приспособливаться к новым рыночным условиям и выживать в конкурентной среде. Существует актуальная потребность в определении места детской газеты в системе СМИ, в уточнении её положения в структуре детской прессы, в изучении тенденций процесса трансформации проблемно-тематического содержания, модификации способов и форм организации текстовых материалов, в описании основных форм работы с детской и подростковой аудиторией, в поиске новых, эффективных направлений развития детской газеты, а также в выяснении возможных моделей её функционирования в рамках «взрослой» полифункциональной культуры.

Степень разработанности темы

Сам феномен детской журналистики получил достаточно обстоятельное рассмотрение в науке с позиций педагогики (Ю. Б. Балашова)¹, истории (Д. Н. Данилов)², филологии (А. М. Васнева)¹, культурологи (В. В. Корнилова)²,

¹См.: Балашова Ю. Б. Школьная журналистика начала XX века как форма социально-культурной деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Балашова Юлия Борисовна. – СПб., 2006. – 197 с.

²Данилов Д. Н. Детская и юношеская печать Южного Урала в предвоенное десятилетие : дис. ... канд. истор. наук : 07.00.02/ Данилов Дмитрий Николаевич. – Оренбург, 1997. – 249 с.

медиаобразования (И. В. Жилавская)³, философии (Д. А. Жукова)⁴. Комплекс вопросов, связанных с происхождением, развитием и становлением советской детской и молодёжной журналистики освещается в исследованиях М. И. Алексеевой⁵, А. М. Альмерековой⁶, Ю. И. Богатыревой⁷, Э. А. Суздорф⁸, М. И. Холмова⁹. Особенности детского радиовещания советского периода посвящена работа И. А. Руденко¹⁰. С точки зрения социокультурного и воспитательного для формирования личности ребёнка потенциала телевидение рассматривают О. В. Барсукова¹¹, А. Х. Каюми¹², А. Г. Когатько¹³. Определённый интерес представляют работы, анализирующие состояние и перспективы развития подростковой самодеятельной прессы в собственно журналистском ключе (Л. А. Вяткина)¹⁴, педагогический аспект этого же явления подробно

¹Васнева А. М. Традиции православной культуры в детских литературно-художественных журналах России : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Васнева Антонина Михайловна. – М., 2006. – 179 с.

²Корнилова В. В. Детские иллюстрированные журналы в художественной жизни Петербурга XIX – первой половины XX века : типология и эволюция: дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / Корнилова Вера Владимировна. – СПб., 2002. – 286 с.

³Жилавская И. В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодёжной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий : автореф. дис.... канд. филол. наук : 10.01.10 / И.В. Жилавская ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; науч. рук. Л. Г. Свитич. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/38> (дата обращения: 30.08.2013).

⁴Жукова Д. А. Влияние детской журналистики и СМИ на групповое и индивидуальное сознание детей: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11/ Д. А. Жукова ; Краснодар. ун-т МВД России ; науч. рук. М. Б. Маринов. – Краснодар, 2012. – 29 с.

⁵Алексеева М. И. Советские детские журналы 20-х годов /М.И. Алексеева. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 133 с.

⁶Альмерекова А. М. Советские молодежные журналы и идейная полемика в современном мире : (на примере деятельности центральных молодежных журналов 1985-1989 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А. М. Альмерекова ; Киев. гос. ун-т им. Т. Г. Шевченко ; науч. рук. Р. А. Иванова. – Киев, 1990. – 27 с.

⁷Богатырева Ю. И. Печать пионеров Вологды 20-х годов / Ю. И. Богатырева //Проблемы журналистики. – Вып.7. Журналистика Северо-Запада РСФСР. – Л., 1976. – С.51–60.

⁸Суздорф Э. А. Журналы «Ёж» и «Чиж» в контексте советской детской печати 1920 – 1930-х гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Э. А. Суздорф ; РГГУ ; науч. рук. В. Л. Гопман. – М., 2011. – 27 с.

⁹Холмов М. И. Становление советской журналистики для детей / М.И. Холмов. – Л.,1983. – 174 с.

¹⁰Руденко И. А. Радиовещание для детей и юношества : становление, развитие, проблемы современного функционирования : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. / И. А. Руденко ; Моск. гос. ун-т. – М., 1986. – 25 с.

¹¹Барсукова О. В. Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / О. В. Барсукова ; Воронеж. гос.ун-т ; науч. рук. А. М. Шестерина. – Воронеж, 2012. – 26 с.

¹²Каюми А. Х. Детское телевидение в контексте социокультурных и воспитательных проблем : (сравнительный анализ российского и афганского опыта) : дис. ... канд. истор. наук : 17.00.08 / Каюми Абдул Хамид. – СПб., 1994. – 166 с.

¹³Когатько А. Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Когатько Анна Геннадиевна. – М., 2006. – 253 с.

¹⁴Вяткина Л. А. Подростковая самодеятельная пресса в системе средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вяткина Любовь Анатольевна. – М., 1997. – 200 с.

исследуется С. И. Ежовой¹, Н. Е. Самсоновой², А. Я. Школьником³. Способствовали глубокой и всесторонней общетеоретической проработке отдельных сторон функционирования детской прессы в обществе работы А. П. Короченского⁴, С. В. Кузиной⁵, В. В. Перевалова⁶, В. А. Савицкого⁷, С. П. Суворовой⁸. На формирование системных представлений об изучаемой проблеме в контексте журналистики оказали влияние труды Ю. А. Носовой⁹, Е. В. Вологиной¹⁰, П. И. Чукова¹¹, С. В. Харитоновой¹². Наиболее приближена к теме исследования диссертация М. Ф. Поповой «Современный советский детский журнал как тип издания»¹³, которая представляет собой серьёзный опыт типологического анализа детского издания как журналистского продукта. Необычайно важны для получения выводов относительно возрастной дифференциации детской аудитории работы М. Е. Аникиной¹⁴, Р. П. Лисеева¹⁵. Особую научную ценность представляет

¹Ежова С. И. Самоактуализация подростков средствами периодической школьной прессы : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01/ Ежова Светлана Ивановна. – Ярославль, 2005. – 167 с.

²Самсонова Н. Е. Педагогические условия творческого развития подростка в учреждении дополнительного образования : (на примере студии журналистики) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Самсонова Наталья Евгеньевна. – Петрозаводск, 2003. – 241 с.

³Школьник А. Я. Детская самодеятельная пресса как фактор социального воспитания подростков : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Школьник Александр Яковлевич. – Кострома, 1999. – 143 с.

⁴Короченский А. П. Медиакритика в теории и практике журналистики : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Короченский Александр Петрович. – СПб., 2003. – 467 с.

⁵Кузина С. В. Влияние средств массовой информации на политическую социализацию учащейся молодежи : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Кузина Светлана Владимировна. – М., 2008. – 193 с.

⁶Перевалов В. В. Культуроформирующая деятельность журналистики : условия и факторы оптимальной реализации культурформирующих функций СМИ : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Перевалов Валерий Викторович. – М., 2003. – 220 с.

⁷Савицкий В. А. Игра как феномен журналистского творчества : тип текста, жанры публикаций : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Савицкий Виктор Андреевич. – М., 2010. – 186 с.

⁸Суворова С. П. Реализация просветительной функции журналистики в современных общероссийских газетах : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Суворова Софья Петровна. – М., 2006. – 232 с.

⁹Носова Ю. А. Отечественная пресса для студенческой молодежи: историко-типологический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ю. А. Носова ; Южный федеральный ун-т ; науч. рук. А. Г. Беспалова. – Ростов н/Д, 2007. – 28 с.

¹⁰Вологина Е. В. Становление детской периодики России: трансформация издательской модели : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вологина Екатерина Владимировна. – Кубань, 2012. – 151 с.

¹¹Чуков П. И. Специализированные газеты как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Чуков Павел Игоревич. – Ростов н/Д, 2004. – 201 с.

¹²Харитонов С. В. Современная пресса для детей: содержательное и композиционно-графическое моделирование : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / С. В. Харитонов ; Белорусский гос. ун-т ; науч. рук. А. К. Свороб. – Минск, 2012. – 25 с.

¹³Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – 177 с.

¹⁴Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Аникина Мария Евгеньевна. – М., 2004. – 235 с.

¹⁵Лисеев Р. П. Молодёжный журнал как субкультурный феномен : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Лисеев Роман Петрович. – СПб., 2006. – 211 с.

исследование Т. В. Лебедевой: в нём впервые комплексно изучаются вопросы специфики общения журналиста с детской аудиторией как особой возрастной и социальной группой¹. Исследования С. Б. Стебловской², О. Б. Шерговой³ позволили определить специфику контента детской газеты. В ходе исследования были выявлены связи между журналистикой для детей, педагогикой, психологией, социологией, философией. Взаимозависимость и взаимовлияние этих сфер обуславливают особенности аудитории, формы и методы работы с читателями. Столь весомый перечень свидетельствует о значительном интересе к детской журналистике, однако большинство работ посвящено советскому периоду функционирования детской печати. Диссертационных исследований, касающихся типологических особенностей современной детской газеты (как и вообще основательных теоретических публикаций), пока нет. Наша работа как раз и ставит целью ликвидировать этот пробел.

Объект диссертационного исследования – тип издания детская газета как социокультурное явление.

Предметом исследования выступают актуальные для российского общества концептуальные модели детской газеты, их типологические характеристики и профильные черты, а также перспективные направления эффективного функционирования современных детских газет. Основное внимание диссертанта сосредоточено на принципах работы редакций, формах привлечения и удержания читателя, анализе публикаций современных детских газет, их жанровой структуре, духовно-нравственной составляющей текстов. Представленные в работе современные концептуальные модели – объективное состояние детской газеты на сегодняшний день, однако и они также подвержены модернизации.

¹Лебедева Т. В. Детское радиовещание : специфика общения с аудиторией : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. В. Лебедева ; Моск. гос. ун-т. – М., 1989. – 24 с.

²Стебловская С. Б. Ценностно – смысловое поле современных журналов для подростков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 /С. Б. Стебловская ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; науч. рук. Л. Г. Свитич. – М., 2010. – 20 с.

³Шергова О. Б. Медиаобразование и журналистика : коммуникативные и лингвистические компоненты : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Шергова Ольга Борисовна.– М., 2010. – 232 с.

Гипотезой диссертационного исследования является предположение, что детская газета возникает на фоне глобальных государственных преобразований и масштабных внешнеполитических событий начала XX в. С точки зрения истории и теории журналистики представляет собой самостоятельный тип изданий с доминирующими коммуникативными и идеологическими функциями на разных этапах своего развития. Современная детская газета является особым социальным институтом «взроslения» и обладает присущими только ей профильными характеристиками, отражающими планомерную её эволюцию как типа в процессе освоения собственной ниши в структуре детской прессы. Перспективное развитие газеты должно осуществляться в соответствии с предлагаемыми концептуальными моделями в рамках просветительской, развивающей, диалогичной и рекреационной журналистики для детей с учётом возрастных и психологических особенностей. Развитие детской газеты как самостоятельного типа издания в рамках диалогичной журналистики – самое перспективное направление. Содержание массовых информационных процессов, дифференцируемых и интегрируемых детской газетой, должно быть связано с важными потребностями общественного прогресса, государственного интереса, поэтому детскую газету можно рассматривать и как канал воспитания юного поколения на основе отечественного духовного и нравственного опыта; функционально-целевое назначение детских газет – проводить в жизнь идеи, утверждающие здоровье, нравственность; активно способствовать самовыражению и самовоспитанию подрастающего поколения, вооружать его коммуникативными навыками. Мы убеждены: детская газета должна быть не только интересной, полезной, занимательной, умной. Она должна быть человекоформирующей и вносить свой посильный вклад в улучшение нашего менталитета.

Цель работы – характеристика актуальных для современного российского общества концептуальных моделей детской газеты посредством анализа их типологических и профильных особенностей.

Для реализации данной цели усилия были сосредоточены на решении следующих **задач**:

- всесторонне исследовать феномен детства с целью конкретизации типологических характеристик детской прессы как особого типа изданий;
- проанализировать основные этапы развития детской прессы, установить взаимосвязи между историческим изменением функционального назначения и дидактическими традициями отечественной периодики для детей в процессе развития общества, на основании чего определить типы первых детских журналов;
- охарактеризовать развитие детской газеты в процессе социально-политических преобразований;
- изучить функционально-целевое назначение, проблемно-тематическое своеобразие детских газет, социальных, политических, экономических предпосылок и закономерностей их эволюции в отечественной истории;
- выявить изменения, произошедшие на российском рынке детских периодических изданий, и охарактеризовать их в свете современных тенденций развития детской периодики;
- уточнить профильные черты современной детской газеты внутри единой типологической группы детских изданий и сформировать на основе профильных характеристик целостную основу типологической модели современной детской газеты;
- определить актуальные концептуальные модели современных детских газет;
- обозначить возможные перспективные направления эффективного функционирования современных детских газет в целях расширения читательской аудитории.

Теоретическая основа исследования

Вопросы теории, истории и типологии журналистики, массовой коммуникации освещаются в трудах А. И. Аكوпова, Е. В. Ахмадулина, Л. И. Беляевой, А. Г. Бочарова, Б. И. Есина, А. В. Западова, И. И. Засурского,

С. Г. Корконосенко, Е. А. Корнилова, Е. П. Прохорова, Л. Л. Реснянской, А. А. Тертычного, В. В. Тулупова, П. И. Чукова, М. В. Шкондина. Феномену детства посвящены работы психологов, педагогов, философов, социологов: Ф. Ариеса, П. П. Блонского, Л. И. Божович, Л. С. Выготского, В. В. Давыдова, Ю. В. Епановой, И. С. Кона, А. Н. Леонтьева, А. Р. Лурия, Ж. Пиаже, Л. Ф. Обуховой, М. В. Осориной, Д. Б. Эльконина. Актуальные работы, представляющие научный интерес в изучении детских газет и журналов, принадлежат М. И. Алексеевой, Ю. Б. Балашовой, А. А. Грабельникову, О. А. Петровой, И. А. Руденко, М. И. Холмову, С. Б. Цымбаленко.

Эмпирическую базу исследования составляют детские газеты, вышедшие на современном информационном рынке с учётом динамики их развития:

- «Пионерская правда» (все номера за 2010 г.),
- «Золотой ключик» (все номера за 2012 г.),
- «Юношеская газета» (весь массив публикаций, 1993 – 2002 гг.),
- «Ровесник» (массив публикаций с 2011 по 2012 гг.),
- «Антошка» (весь массив публикаций с 1993 по 2006 гг.),
- «Незнайка» (массив публикаций за период с 1991 по 2001 гг.).

Материалом для исследования самодеятельной детской прессы послужили школьные издания, представленные на образовательном портале «Школьная пресса»¹. В процессе исследования отразился также собственный опыт работы автора в качестве редактора школьной газеты.

Выбор указанных детских газет определяется тем, что их журналистская составляющая тесно связана с общекультурными, историко-педагогическими и собственно литературными принципами. Перечисленные детские газеты, по нашему мнению, гармонично сочетают традиции и реалии времени, благодаря чему вполне обоснованно рассматриваются как платформы, не

¹Школьная пресса: образовательный портал. – URL: <http://portal.lgo.ru/about/info/Spravka1.htm> (дата обращения: 30.08.2013).

только иницирующие современный культурно-образовательный и просветительский процесс, но способные в перспективе усложнить социальные функции детских изданий и не ограничиваться инфузным статусом регистратора происходящих событий. Общие данные названных газет указаны в приложении №2. Следует особо отметить, что количество фактически изученных автором детских газет значительно превосходит материал, анализ которого представлен в диссертации. В сопоставлении даётся и общий обзор состояния современных детских газет Республики Беларусь, который позволяет увидеть попытки решения аналогичных проблем.

Методы исследования предопределены предметом и целью работы. Междисциплинарный характер анализируемого явления потребовал использования соответствующей методологии, основой которой выступают *принципы системного подхода и комплексного анализа*, дающие возможность изучить отряд детских газет как целостное явление с позиций психологии, социологии, педагогики, культурологи, философии и собственно журналистики. В основе лежит *метод типологического анализа*, заключающийся в изучении систем объектов с позиций выделения общих (типических) и особенных (профильных) характеристик. С помощью *метода репрезентативной выборки* были определены газеты, ставшие эмпирическим материалом для исследования. При изучении генезиса детской прессы использовался *историко-типологический анализ*. *Контент-анализ* и *структурный анализ*, а также *текстологический метод* позволили выявить тематическую и жанрово-стилевую составляющие публикаций. Метод *моделирования* был применён на этапе разработки перспективных направлений эффективного функционирования современных детских газет.

Хронологические рамки диссертационной работы (1991 – 2012-е гг.) охватывают два периода: 1) время постперестройки (с 1991 г. до 2000 г.); 2) первое десятилетие нового века (с 2000-х гг. до наших дней). Это время внутренне неоднородно. Изменение формы государственной власти в

1991 г. привело к деформации общественно-политических условий и к новым тенденциям в области детской журналистики: новая эпоха потребовала распространения новой идеологии, культивирования новых ценностей, что повлекло трансформацию типологических признаков. 2001 г. также отмечен сменой государственных приоритетов, это отразилось на детских газетах, которые, как тип изданий, находятся в постоянном поиске: сохраняя свои главные приобретения в области формы, они неизменно совершенствуют содержание, практикуют новые приёмы общения с аудиторией. Указанный период рассматривается как продолжение эволюции типа, поэтому анализировать современную детскую газету в отрыве от первых детских газет или газет советского времени невозможно: это неизбежно приведёт к непозволительному упрощению и примитивизации научных представлений о её типологических характеристиках.

Научная новизна данного исследования состоит в том, что детская газета впервые выступила объектом комплексного исследования, в ходе которого были выявлены её типологические и профильные характеристики, особенности трансформации модели в условиях развития информационного общества. Диссертация, являющаяся одним из первых основательных исследований теоретических и практических проблем, связанных с функционированием детских газет, предлагает концептуальные модели, в рамках которых возможно перспективное развитие детской газеты, а также содержит конструктивные предложения по укреплению целостности рассматриваемого сектора в свете общих тенденций социально-политического и экономического развития России.

Таким образом, **научная достоверность и обоснованность** диссертации обеспечивается:

- обширностью эмпирического материала;
- использованием научных методов познания действительности;
- многообразием использованных информационных источников.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что собранный материал позволяет внести вклад в общее развитие типологического метода научного познания, изучить определённый автором сектор детской периодики – детскую газету. Диссертация даёт представление о эволюции детских газет как самостоятельного типа изданий в структуре детской прессы с учётом возрастных и психосоциокультурных особенностей аудитории, функционально-целевого назначения и проблемно-тематической направленности актуальных моделей. Представленные в данной работе выводы будут полезны при разработке методического пособия, спецкурса или спецсеминара по изучению теории и истории периодической печати.

Практическая значимость исследования определяется тем, что полученные рекомендации могут быть применены практиками в процессе выработки концепции детской газеты, а также использованы при уточнении типологических моделей уже существующих детских газет с целью повышения их рыночной привлекательности.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Периодика, адресованная детям, имеет собственную историю становления и развития, присущие только ей характеристики, во многом обусловленные историческими традициями. Типологическая структура первых журналов для детей складывалась под влиянием главенствующих в том или ином историческом периоде педагогических и воспитательных традиций; большое влияние на этот процесс оказывали изменения в общественной и политической жизни. С момента своего возникновения детская периодика несла лучшие морально-нравственные и духовные, в т.ч. православные, принципы; просветительство и воспитание подрастающего поколения на общепризнанных, общечеловеческих ценностях. Эти традиции должны определять функционирование периодических изданий современного печатного рынка для детей. Развитие детской периодики приводит к осознанию детства как особого периода формирования личности.

2. На фоне глобальных государственных преобразований и масштабных внешнеполитических событий начала XX в. детская газета возникает как самостоятельный тип изданий: революционное волнение, общественный подъём требовали иных форм выражения, необходимо было приблизить детское издание к жизни, «осовременить» его, а самое главное – оперативно откликнуться на события; увеличивающаяся периодичность газеты, прямой диалог с читателем создавали благоприятные условия для этого, поэтому сам факт освоения новых типологических возможностей открывал широкие перспективы. В России обозначается новый социально активный читатель – юный, что логично приводит к трансформации традиционных журналистских жанров, поиску адекватных приёмов общения с аудиторией. Особенное место занимал на страницах диалог с детьми, призванный помочь им адаптироваться во взрослом мире. Историческое развитие детской газеты даёт нам возможность выделить существование двух моделей: детская гражданская журналистика с доминирующей коммуникативной функцией («газета – организатор диалога») и пионерская журналистика с доминирующей идеологической функцией («газета – идеологический транслятор»).

3. Детская пресса обладает специфическими типологическими характеристиками, основным признаком является возрастная адресация, поэтому в процессе моделирования детской газеты необходимо учитывать психосоциокультурные характеристики детей как целевой аудитории. Понятие «аудитория детских изданий» базируется на возрастной периодизации Д. Б. Эльконина, учитывающей такие важные моменты социализации, как начало школьного образования, переход в средние, а затем и в старшие классы. В соответствии с указанными стадиями детского развития выделяются четыре типа изданий: для дошкольников, для младших школьников, для подростков, для старшеклассников. Такая аудиторная сегментация обеспечивает возрастную общность и близость интересов, поэтому само общее понятие «детская пресса» может быть отнесено к

каждой из перечисленных возрастных групп, но одновременно предполагает уточнение: для какой конкретно категории читателей предназначено издание.

4. Общность традиционных типологических характеристик детской прессы (функционально-целевое назначение, читательская аудитория, проблемно-тематическая направленность, социальные функции, учредитель) позволяет позиционировать детские газеты в рамках единой типологической группы. Своеобразие детской газетной периодики проявляется через следующие профильные характеристики, определяющие её самостоятельность в структуре детской прессы и отличие от детского журнала: отношения «профиль – функционально-целевое назначение», проблемно-тематическая направленность, общественно-политический характер социальных функций, нацеленность на малую аудиторную – психологическую – группу, степень и характер участия детей в подготовке и выпуске номера, характер взаимоотношений и формы связи с аудиторией, образ коммуникатора (газеты), периодичность, преобладание лично значимой для читателя информации.

5. Типологическая модель современной детской газеты может быть представлена как газета, функционально-целевое назначение и проблемно-тематическая направленность которой детерминированы ориентацией на «свои» возрастные и психологические группы детской читательской аудитории. Газета выступает прежде всего как инструмент формирования у подрастающего поколения гражданской позиции; в ней соединены два типа прессы – самодеятельная и профессиональная. Современную детскую газету можно считать характерным атрибутом детской, школьной субкультуры и даже профессиональным партнёром «взрослых» газет. Тесная связь детской прессы с институтами образования, просвещения, воспитания позволяет рассматривать её и как канал трансляции национальных ценностей.

6. Сегодня активно происходит замена старых коммуникативных моделей, заимствованных из прошлого, ориентированных на идеологические установки, на новые, диалоговые формы массового информационного

общения. В современном детском медиапространстве выделяются четыре актуальные и эффективные для современного российского общества концептуальные модели детской газеты:

- а) просветительская,
- б) развивающая,
- в) диалогичная,
- г) рекреационная журналистика.

Каждая концептуальная модель «программирует» читателя, конкретизируя доминирующие векторы чтения. Развитие детской газеты как самостоятельного типа издания в рамках диалогичной журналистики – самое перспективное направление: равноправный диалог обогащает коммуникативные отношения, которые, в свою очередь, формируют потребность и способность в творческом самовыражении, стимулируют социальную активность, развивают лидерские качества. Коммуникативное взаимодействие расширяет диапазон личных возможностей ребёнка и выборов его жизненного пути.

7. Аутсайдерское положение российской детской периодики побуждает к поиску новых форм и методов работы с читателем, заставляет пересмотреть отношения с потенциальной аудиторией, уточнить социальную направленность изданий. Целесообразно обозначить основные перспективные направления эффективного функционирования современных детских газет: внедрение интерактивных форм общения с детской аудиторией, развитие самодеятельной прессы (в рамках непрофессионального медиаобразования), сегментирование детской аудитории, создание сетевых версий. Типологическая основа и профильное направление своих «продуктов», улучшение формы одних и ассимиляция других позволит повысить качество детских газет, что соответствующим образом отразится на читательской аудитории, численность которой будет увеличиваться.

Апробация диссертации. Основные положения работы и полученные результаты исследования по мере появления базовых идей, накопления промежуточных результатов в обобщённом виде излагались в докладах в 2010-2014 гг. на ежегодных международных и всероссийских научно – практических конференциях студентов и аспирантов факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова «Ломоносов – 2013» (Москва), Института «Высшая школа массовых коммуникаций» СПбГУ «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт – Петербург, 2012-2014); факультета журналистики ВГУ «Проблемы массовой коммуникации» (Воронеж, 2010 -2013), Пензенского ГУ, Института журналистики Белорусского ГУ, а также других вузов. Частично они были опубликованы в сборниках научных работ, в журналах «Вестник Тамбовского государственного университета», «Вестник Воронежского государственного университета» и «Вестник Череповецкого государственного университета», внесенных в список ВАК.

Структура диссертации

Диссертационное исследование состоит из введения, 3 глав, заключения, списка использованной автором литературы и электронных ресурсов, приложений.

ГЛАВА 1. ДЕТСКАЯ ПЕРИОДИКА: ИСТОРИЧЕСКИЙ, ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

Современная детская пресса России – обособленный и самостоятельный тип изданий, вид специализированной прессы, сегмент социального института журналистики. Организационная структура детской периодики включает в себя два уровня. Информация, предназначенная для детей или созданная самими детьми, проявляется, во-первых, на уровне разделов (листов-«вкладышей», «детских страниц») во «взрослых» газетах. Вторым источником служит непосредственно детская печать, классифицирующаяся по редакционному признаку на газеты, журналы, альманахи, которые отличаются друг от друга по ряду параметров, однако объединены одним общим признаком – участием самих детей в наполнении контента. В объединённом каталоге «Пресса России». Газеты и журналы» и каталоге российской прессы «Почта России»¹ к детским и юношеским изданиям относятся журналы-пособия, сканворды, комплекты книг, сборники, комиксы, раскраски, мини-энциклопедии и даже серии рабочих тетрадей. В данном исследовании нас будет интересовать только газетная периодика для детей. В названных каталогах на второе полугодие 2013 г. в России официально зарегистрировано 12 общероссийских детских газет². Некоторые издания трудно классифицировать, поскольку в описании своего контента они не содержат чёткого указания на тип.

В зависимости от степени, формы и характера участия детей-читателей (юнкоры, участники конкурсов, авторы стихотворений и рассказов, авторы писем) можно говорить о параллельном существовании таких возможных вариантов детских изданий (под *вариантом* подразумевается соотнесение

¹См.: Детские и молодёжные издания //Пресса России. Газеты и журналы: объединённый каталог. –М., 2013. Вып. №21 (2 полугодие). – С.62-63; Почта России: каталог российской прессы. –М., 2013 (2 полугодие). – 400 с.

² См. Приложение №1.

степени детского участия и работы взрослых): «взрослые для детей» (в основном, издания для дошкольников), «дети и взрослые для детей» (участие детей проявляется в разнообразных формах), «дети для детей» (участие взрослых только на уровне организации выпуска). В рамках диссертации нами будут рассмотрены варианты «дети и взрослые для детей» и «дети для детей». Чуть более подробной характеристики ввиду своей актуальности и востребованности требует вариант «дети для детей».

Сегодня существует огромное количество СМИ, создающихся силами самих детей и подростков, и наблюдается некоторая пестрота относительно названия данного явления: самодеятельная¹, самиздатовская², юнкоровская³, подростковая⁴ пресса и т. д. Молодой пермский исследователь Д. И. Косолапова выделяет феномен детской журналистики, создаваемой детьми и подростками, из общего массива детской журналистики и терминологически определяет его как «ювенильная» журналистика – «коммуникативная и социально-адаптивная деятельность детей и подростков по сбору, обработке и периодическому распространению лично окрашенной информации»⁵. Данный термин, по её мнению, подчёркивает принципиальную возрастную принадлежность авторства, которая и обуславливает специфику журналистской деятельности детей и подростков. Д. И. Косолапова выделяет две группы таких изданий в зависимости от степени участия в них взрослых: те, где это участие не допускается ни в какой мере, даже отторгается, и те, которые создаются при поддержке (в основном, материальной) взрослых. Каждый из предложенных терминов, по нашему мнению, отражает

¹См.: Вяткина Л. А. Подростковая самодеятельная пресса в системе средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вяткина Любовь Анатольевна. – М., 1997. – 200 с.; Грабельников А. А. Метаморфозы русской журналистики на пути к рынку. Публикации разных лет / А. А. Грабельников. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – 240 с.

²Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С.Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – 256 с.

³Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – 177 с.

⁴Фёдорова А. Б. Подростковая газета как тип издания / А.Б. Фёдорова // Современная детская пресса: векторы развития / ред.-сост. А. Н. Тепляшина. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Высшая шк. журн. и масс. коммуникаций, 2005. – С. 109–118.

⁵Косолапова Д. И. Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций / Д. И. Косолапова // Вестн. Пермского университета. – Пермь, 2010. – Вып. 6 (12). – С.191–195.

существенные характеристики обсуждаемого явления, обозначившаяся платформа которого определяется прочно устоявшимся параметром – самостоятельным творческим характером деятельности детей-журналистов для детей-читателей. Можно прогнозировать, что со временем, в процессе интенсивного развития информационных технологий, представление о нём модифицируется, однако это другая научная проблема. В своей работе, чтобы избежать подмены понятий, сошлёмся на авторитетного исследователя в области подростковой прессы Л. А. Вяткину и будем называть газеты и журналы, создаваемые детьми для детей, *самодеятельными*¹ – по нашему мнению, это максимально точная характеристика рассматриваемых изданий. Таким образом, понятие *детская пресса* (а также родственное ему *детская периодика*) мы будем употреблять применительно к газетам и журналам для детей, а также самодеятельным школьным газетам.

Газетная и журнальная периодика, адресованная детям, имеет собственную историю становления и развития, обладает специфическими, присущими только ей типологическими характеристиками, во многом обусловленными историческими традициями.

1.1. Опыт создания и выпуска детских журналов в контексте ключевых тенденций исторического развития периодики для детей

Исторические и социальные изменения в государстве всегда определяли тематику и жанровое своеобразие детских изданий, поэтому, исследуя детскую журналистику как целостное явление, необходимо проанализировать сложившийся в исторической практике опыт создания и выпуска журналов и газет для детей. Важно учитывать, что детская пресса началась именно с детских журналов. Детская журнальная периодика во

¹Вяткина Л. А. Подростковая самодеятельная пресса в системе средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вяткина Любовь Анатольевна. – М., 1997. – 200 с.

многим способствовала реализации воспитательного потенциала русской педагогической мысли.

В процессе изучения истории детской периодической печати сформировались различные подходы к выделению этапов развития детской журналистики. Периодизация тюменского учёного О. А. Петровой ориентируется на время возникновения детских изданий¹. Молодой исследователь Е. В. Вологина считает изменяющееся отношение взрослого к ребёнку одним из важнейших критериев и в соответствии с этим выделяет четыре основных этапа развития детской периодики в России². Нас будет интересовать изменение в процессе развития общества функционально-целевого назначения и дидактических традиций детской периодики. Эти факторы, по нашему мнению, закономерно определяют исторически сложившиеся типы детских журналов. Несмотря на то что детское издание осуществляет все функции (просвещение, воспитание, социализацию, развлечение и пр. – к обстоятельному обсуждению этой темы мы ещё вернёмся), можно выделить функциональную доминанту, реализация которой определяет содержание, структуру, жанровую палитру, формы диалога с аудиторией и в конечном счёте – тип издания.

До революции в России выходило около трёхсот детских журналов³. Некоторые из них прекратили своё существование на первой же книжке, а иные издавались десятилетиями, сыграв заметную роль в воспитании детей. Это были журналы разного идейно-политического направления, отражавшие борьбу всевозможных социальных групп за влияние на подрастающее поколение. Упомянутые в данной главе издания дают общее представление о движении детской журналистики, тенденциях её развития.

Детская журналистика с момента своего зарождения проводила и утверждала педагогические идеи, отсюда её главная традиция – сочетание

¹Петрова О. А. Детская журналистика : учеб.-мет. пособие / О. А. Петрова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. – 104 с.

²Вологина Е. В. Становление детской периодики России: трансформация издательской модели : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вологина Екатерина Владимировна. – Кубань, 2012. – С. 130-131.

³Русские журналы для детей (1785 – 1917 гг.) : библиографический указатель и аннотации / сост. З. И. Свиридова, М. И. Холмов. – Л., 1982. – С.3.

познавательности и нравоучительности – определила возникновение первых типов детских журналов. **Научно-просветительские и духовно-просветительские журналы для детей (XVIII – конец XIX в.)** появляются в процессе осознания детства как социального феномена. *Научно-просветительские журналы* выполняли функцию детской книги – просвещение и обучение юного читателя. Первый детский отечественный журнал «Детское чтение для сердца и разума» (1785–1789) издавал выдающийся русский просветитель Николай Иванович Новиков в качестве бесплатного приложения к газете «Московские ведомости». Сам факт появления специальной периодики для детей говорил о возросшем политическом, экономическом, культурном уровне страны, когда воспитание начало подчиняться общественным задачам. Целью издания являлось «распространение науки, добрых обычаев, обогащение ума и воспитание чувств»¹. Содержание: «моральные, или нравоучительные пьесы», рассказы «для обогащения ума», «пьесы из физики, натуральной истории, географии». При подготовке «Детского чтения для сердца и разума» учитывались особенности детской аудитории, воспитательные и познавательные задачи чтения.

Среди жанров в составе первых частей особое место занимают так называемые нравоучительные «беседы», ведёт их постоянный персонаж Добросерд, «человек уже не молодой, умной ... веселого нраву», который «весьма любит детей»². «Беседы» Добросерда чередуются «разговорами» между отцом и сыном, матерью и дочерью, построенными в форме диалога, высмеивающими невежество, лень, проводящими в жизнь нравственные идеалы³. Встречаются и «разговоры» между братом и сестрой⁴. В жанре

¹ Детское чтение для сердца и разума / ред. Ч. 1-20 А. А. Петров и Н. М. Карамзин. – М.: Изд. Н. И. Новиков, 1785. – Ч.1 [№ 1-13]. – №1. – С.3.

² Там же. – С.7.

³ См., например: Разговор одной матери с дочерью // Детское чтение для сердца и разума.–1785. –Ч.3 [№ 27-40].–№36. –С. 145–152; Разговор между отцом и сыном о том, для чего в свете одни бедны, а другие богаты // Детское чтение для сердца и разума.–1785.–Ч.3 [№ 27-40].– №35. – С. 129–138; Что такое воздержанность? // Детское чтение для сердца и разума.–1785.–Ч.1 [№ 1-13].–№13 –С. 202–206; Умеренность и неумеренность // Детское чтение для сердца и разума. –1785.–Ч.1 [№ 1-13] –№3.–С. 87-89.

⁴ Детское чтение для сердца и разума. –1785.–Ч.1 [№ 1-13].–№2.–С. 68-75.

«разговора» даётся также научно-популярная информация¹. Журнал стремился ввести юных читателей в круг проблем реальной жизни, воспитать в них стойкость и мужество, патриотизм и подлинную гражданственность. Особенно это проявляется в жанре письма – «переписка» отца с сыном занимает большую часть всего журнала (например, во второй части за 1785 г. помещено 11 писем). Распространены в журнале басни, судебные анекдоты, загадки.

Немало в журнале встречается научно-популярных материалов самой разнообразной тематики: по физике, астрономии, географии, истории, философии («О сахаре»², «О системе мира»³ и под). Тщательный отбор материала, высокий по тем временам научный уровень выделяли первый детский журнал среди многочисленных последователей. Вместе с тем религиозный характер издания очевиден: каждому номеру и каждому материалу предшествует эпиграф из Библии⁴. Нравоучительность, скрытая дидактика через пример позволяют выделить жанр поучения в первых выпусках⁵.

Основными сотрудниками журнала были молодые писатели и педагоги: В. С. Подшивалов (1765-1813), А. А. Прокопович – Антонский (1762-1848). Редактировали журнал А. А. Петров (1760-1793) и Н. М. Карамзин (1766-1826). Участие последних в формировании направления «Детского чтения» стало особенно заметным после 1787 г., когда Н. И. Новиков был вынужден отойти от журнала из-за гонений со стороны Екатерины II. Журнал «Детское чтение для сердца и разума» имел огромное влияние на дальнейшее развитие

¹Любопытен в этом отношении «Разговор между отцом и детьми о кофе», в котором раскрывается происхождение слова «кофе», его значение, рассказывается, «как перешло питье в Европу и к нам в Россию», как выращивают, собирают кофе, как выглядит кофейное дерево, сколько стоит кофе, как приготовить, чтобы напиток получился вкусным, сообщается о вреде частого потребления кофе. См.: Детское чтение для сердца и разума. –1785. – Ч.2 [№ 14-27]. – №16.–С. 33–44.

² Там же. – №17. – С.63-64.

³ Там же. –№24. –С.187-189.

⁴ См., в частности: Детское чтение для сердца и разума.–1785.

⁵ См., например: Не должно подражать дурачествам других людей// Детское чтение для сердца и разума. – 1785.–Ч.2 [№ 14-27].–№22.–С.143–144; Надёжный способ прожить долго, здорово, весело// Детское чтение для сердца и разума. –1785.–Ч.2 [№ 14-27]. –№20. –С.102–108.

русской детской журналистики, формирование её жанровой структуры, на воспитание юного поколения.

Главная особенность первых журналов, особо подчёркивает Е. В. Вологина, в том, что они выходили при полном отсутствии детской литературы¹. Это обстоятельство определило их содержательную и жанрово-тематическую структуру – вплоть до начала XX в. они представляли собой обычный альманах с очердностью номеров, как правило, один раз в месяц². Журналы сообщали доступные научные знания, играли весьма важную роль в общем развитии детской литературы, привлекая к работе лучших писателей и переводчиков, здесь публикуются известные русские учёные и педагоги.

Интересен в этом отношении альманах кн. В. Ф. Одоевского «Детская книжка для воскресных дней» (1833, 1834 и 1835). Наряду с беллетристикой большое значение имели просветительские и педагогические материалы. Обратимся к последнему выпуску журнала³. Призыв издателей направлен, скорее, к взрослым: «всеми силами... действовать на мыслящего человека»⁴ через воспитание любознательности. Цель журнала, как заявляют издатели, – «возбуждать внимание к предметам знания...»⁵. Помимо методических материалов (например, «числительная машина» – рациональные правила счёта), материалы альманаха могли использоваться педагогами для проведения занятий с учениками: научно-популярные статьи, описания различных поделок, опытов и игр, сказки дедушки Иринея, ямайская сказка, комедия, анекдоты о муравьях.

Другой известный детский журнал – это «Библиотека для воспитания»

¹Вологина Е. В. Становление детской периодики России: трансформация издательской модели : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вологина Екатерина Владимировна. – Кубань, 2012. – С.35.

²Например: «Весёлый и забавный друг» С. А. Смирнова (1804); «Друг юношества» (1807-1815; с 1813 г. назывался «Друг юношества и всяких лет») Н. И. Невзорова; первый иллюстрированный «Журнал для детей, или Приятное и полезное чтение для образования ума и сердца с картинками» (1813-1815); «Детский музей» (1815-1819 и 1821-1829) (издатель Евг. Ушаков (первые 40 книжек), впоследствии И. П. Глазунов); «Новая детская библиотека» (1827-1829, 1831, 1833) Б. М. Фёдорова; «Подснежник. Журнал для детского и юношеского возраста» (1858-1862) В. Н. Майкова; «Журнал для детей» (подзаголовок «Духовное, нравоучительное, историческое, естествоиспытательное и литературное чтение») (1851-1862) М. Б. Чистякова и др.

³Детская книжка для воскресных дней на 1835 г. / Изд. Б. А. Врасский и кн. В. Ф. Одоевский.–СПб., 1834. – 196 с.

⁴ Там же.– С.11.

⁵ Там же.– С.11.

(1843-1846), основал и редактировал его историк, литератор-славянофил Д. А. Валуев, придавший своему журналу ярко выраженный научный оттенок. Основные материалы были посвящены истории Российского государства, памятникам прошлого, истории и быту славянских народов. Редакторами и сотрудниками были профессора Московского университета, учёные Ф. И. Буслаев, Т.Н. Грановский, М. Н. Погодин, П. Г. Редкин, А. С. Хомяков и другие. С журналом сотрудничали писатели и поэты В. Ф. Одоевский, К. К. Павлова. Продолжил его традиции журнал «Новая библиотека для воспитания» (1847-1849) П. Г. Редкина, правоведа, историка философии и педагогики¹. Содержание первых «книг»: русская история², физика³. «Новая библиотека для воспитания» П. Г. Редкина заложила основы серьёзного научного просветительства детской аудитории.

Монархические и религиозные идеи распространялись с целью оказания влияния на подрастающее поколение также и через печатное слово, поэтому можно говорить о существовании в этот период *духовно-просветительского детского журнала*. Весьма показателен в этом отношении журнал для воспитанников Благородного пансиона «Детские забавы, или Собрание кратких повестей, разговоров и нравоучений, служащих к увеселению и наставлению детей» В. Огорокова (1792), главный призыв которого – приносить пользу Отечеству⁴. Издатели писали от имени вымышленного персонажа Благоразума, «желавшего воспитать детей своих с чистым познанием о Боге, с добрым сердцем и любовью к Отечеству...»⁵. Журнал состоял из двух частей: для «меньшего» и «большого возраста питомцев».

¹Новая библиотека для воспитания, издаваемая Петром Редкиным. М., 1847-1849. Кн. 2-10.

²См., например: Русская летопись для первоначального чтения//Новая библиотека для воспитания, издаваемая Петром Редкиным.–1847.–Кн.2.–С.132–191; Странствия Одиссея//Новая библиотека для воспитания, издаваемая Петром Редкиным.–1847.–Кн.2,3; Послание Даниила Заточника к Георгию Долгорукому//Новая библиотека для воспитания, издаваемая Петром Редкиным.–1847.–Кн.6. – С.105-189.

³О барометре // Новая библиотека для воспитания, издаваемая Петром Редкиным.–1847.–Кн.6. – С. 3-77.

⁴Детские забавы, или Собрание кратких повестей, разговоров и нравоучений, служащих к увеселению и наставлению детей. – М.: Изд. В. Огороков, 1792. – Ч.1. – 181 с.

⁵ Там же. – С.5–7.

Религиозный характер издания определял тематику и жанры: наставления, морали, проповеди¹.

Журнал «Новое детское чтение» (1819-1824) С. Н. Глинки рассказывал о русском патриархальном быте и народных обычаях, изображал «идеальные» отношения помещика и крепостного. Ф. В. Булгарин и Н. И. Греч издавали религиозно-нравоучительный «Детский собеседник» (1823-1829), который большим успехом не пользовался. Детский журнал «Детская библиотека, посвященная её Императорскому Высочеству великой княжне Марии Михайловне» (1835-1838), приобщавший детей к русской культуре, издавал цензор, писатель, переводчик А. Н. Очкин. Участие в работе принимали Вл. В. Львов, А. П. Башуцкий, Н. В. Кукольник, В. Ф. Одоевский, В. И. Даль и др.

На протяжении многих лет были популярны журналы «Звёздочка» (1842-1863, с 1850 г. для девочек младшего возраста) и «Лучи» (1850-1860, для девочек старшего возраста). А. О. Ишимову, издателя журналов, называют первым профессиональным детским писателем и журналистом². Свой долг она видела в воспитании в детях христианской добродетели, безукоризненной преданности престолу, любви к Отечеству. Большое внимание уделялось Закону Божьему, печатались переводные и оригинальные повести, рассказы, путешествия, помещались стихи на четырёх языках. Основная задача «Звёздочки» – воспитание благонаправленных, трудолюбивых, рачительных хозяек, добрых христианок. Журналы А. О. Ишимовой были первыми в России периодическими изданиями для девочек с целью воспитания будущих матерей, хозяек дома.

¹См., в частности: Разговор отца с десятилетней дочерью // Детские забавы, или Собрание кратких повестей, разговоров и нравоучений, служащих к увеселению и наставлению детей. 1792. Ч.1. С. 7-11; Разговор брата с сестрой // Детские забавы, или Собрание кратких повестей, разговоров и нравоучений, служащих к увеселению и наставлению детей. – 1792. – Ч.1. –С. 12–27; Разговор отца с дочерью // Детские забавы, или Собрание кратких повестей, разговоров и нравоучений, служащих к увеселению и наставлению детей. – 1792. –Ч.1. – С.28–31; Разговор двух сестёр // Детские забавы, или Собрание кратких повестей, разговоров и нравоучений, служащих к увеселению и наставлению детей. – 1792. – С.31–37.

²Петрова О. А. Детская журналистика : учеб.-мет. пособие / О. А. Петрова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. – С.17.

Однако было бы заблуждением считать духовно-просветительские журналы только проводниками идеологии: появилось осознание детства не просто как отрезка жизненного пути, а как особого периода, в продолжение которого происходит формирование личности, воспитание ребёнка было первоочередной задачей детского журнала.

Итак, основное назначение детской журналистики этого периода – просвещение и воспитание. Научно-просветительские и духовно-просветительские детские журналы не только укрепляли православные традиции, но и способствовали формированию морального и нравственного облика юного читателя – его взглядов на жизнь и общество, эстетических вкусов. Детская журналистика становилась более пластичной, оживала, приближалась к своему читателю благодаря богатому опыту в области жанра, дифференциации аудитории по полу и возрасту, системе отделов и рубрик, использованию иллюстраций.

Дореволюционные общественно-политические журналы для детей (конец XIX – начало XX в.). Исследователи истории журналистики отмечают, что отечественная периодика для детей начала XX в. развивалась в условиях политизации общественной жизни: на страницы детских изданий приходит социальный очерк о жизни бедных слоёв населения, о положении маленьких рабочих на заводах Петербурга, Москвы, о неурожаях и голоде в различных губерниях¹. Юный читатель встречает рассказы о последних политических событиях, комментариев к ним. Эти тенденции детской периодики получили наиболее яркое выражение в дни вооруженного выступления народных масс 1905 – 1907 гг.: журналы писали о Государственной Думе, разъясняли детям программу партий кадетов, октябристов, трудовиков. Находили отражение на страницах и события Русско-Японской войны, Первой мировой войны. Материалы приобрели

¹Петрова О. А. Детская журналистика : учеб.-мет. пособие / О. А. Петрова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. – С.21.

чёткую публицистическую направленность, которая лишила журнал многих атрибутов альманаха.

Иллюстрирует этот процесс журнал «Детское чтение» (1881-1906). Начала издавать его Н. А. Истомина, первыми редакторами были известные передовые педагоги А. Н. и В. П. Острогорские. Демократическую направленность журнала с самого начала отмечал Н. В. Шелгунов в журнале «Дело», называя «Детское чтение» «новым и прогрессивным явлением в детской литературе»¹. Отделы «Детского чтения»: художественная литература (оригинальные повести с продолжением, стихи, переводные произведения, рассказы, сказки); научно-популярные и научно-художественные статьи и очерки (по истории, природоведению, астрономии, сопровождалась иллюстрациями, основные понятия выделялись в тексте курсивом), занятия, игры (вооружали практическими навыками, например, сделать табуретку, лестницу). Впервые в детском журнале был серьёзно поставлен музыкальный отдел (конец 1870-х гг.), к участию были привлечены композиторы Н. А. Римский-Корсаков, А. К. Лядов, профессора консерватории Н. Ф. Соловьёв, Ю. И. Иогансон и др. С 1885 г. был введён отдел «По белу свету», в 1890-х гг. – отдел «Из книг и журналов» («Новости книг и журналов»), в 1904 – 1905 гг. – отдел «Про войну». Журнал отличался прекрасными художественными иллюстрациями, некоторые его обложки оформлял Евгений Лансере. В 1906 г. журнал «Детское чтение» (редактор Д. И. Тихомиров) был переименован в «Юную Россию», всё чаще поднимались темы нищеты крестьян, жёстко осуждались такие «вечные» для России и не только проблемы, как взяточничество и антисемитизм. Во время Русско-Японской войны в рубрике «Разные сообщения» печатались статьи и очерки военных корреспондентов и свидетелей событий, помещались фотографии разрушенных станций и тонущих кораблей. Материалы отличает реалистичный, без сентиментализма и возвышенной романтики, характер. Можно с уверенностью сказать, что всё лучшее, что было в русской

¹ Дело. – 1869. – №10. – С.39–63.

литературе для детей в конце XIX – начале XX в., нашло своё место на страницах журнала «Детское чтение». Его опыт и в области журналистики для детей, и в сфере детского чтения открыл широкую дорогу другим прогрессивным русским детским журналам – «Родник», «Всходы», «Юный читатель», «Маяк» и др.

Журналы «Родник» (1882 -1917, редакторы Е. А. Сысоева, с №3 1886 г. Е. А. Сысоева и А. Н. Альмединген; затем редакторы менялись) «Юный читатель» (1899-1906, редактор Э. К. Пименова), «Маяк» (1909-1918, редактор-издатель Э. Монтвид), «Всходы» (1896-1917, редактор П. В. Голяховский) продолжали традиции прогрессивных изданий и стремились воспитывать в своих читателях активное отношение к жизни, объяснять политическое и социальное устройство, объективно рассказывать об окружающем мире, явлениях природы, научных открытиях; в беллетристике подчеркивалось тяжёлое положение детей рабочих, крестьян¹.

Отдельного внимания заслуживает необычный – от названия до содержания – еженедельный юмористический детский журнал «Галчонок» (1911-1913)². Его выпускали сотрудники «Сатирикона»: А. Т. Аверченко, С. Т. Городецкий, В. В. Князев, П. П. Потемкин. В художественном отделе принимали участие А. Н. Бенуа, И. Я. Билибин, М. В. Добужинский, А. А. Радаков, Ре-Ми (А. М. Ремизов). А. А. Радаков писал: «Создавая «Галчонок» и начиная его редактировать, я тоже задавал себе вопрос – нужен ли нашим русским детям этот новый у нас тип детского журнала... Не испугаются ли многие родители фразы – ребёнок должен учиться, играя»³. Концепция детского чтения строилась вопреки всем педагогическим правилам, существующим в то время: средствами юмора, иронии, а подчас и сатиры «Галчонок» раскрывал необходимость прилежного учения. Новшеством «Галчонка» были и целевые номера, посвящённые какой-либо одной теме: о

¹Русские журналы для детей (1785 – 1917 гг.) : библиографический указатель и аннотации / сост. З. И. Свиридова, М. И. Холмов. – Л., 1982. – С.31.

²Галчонок: детский журнал. Приложение к журналу «Новый сатирикон»: еженед. / ред. А. А. Радако; изд. М. Г. Корнфельд; с № 11 1913 г. ред.-изд. С. Г. Корнфельд. – СПб., 191 –1913.

³ Галчонок. – 1913. – №46. – С.12.

животных¹, о грамматике², о жизни индейцев³ и др. Увидев в «Галчонок» «детский юмористический журнал оппозиционного характера»⁴, цензура запретила его выпуск.

Итак, дореволюционные общественно-политические журналы для детей закрепили основные тенденции отечественной периодики для детей – объективное изображение социальных и нравственных противоречий современного мира, приобщение подрастающего читателя к происходящим событиям. Заявляет о своём право на существование новый тип детского журнала – с элементами сатиры. Продолжается наметившаяся дифференциация журналов по полу и возрасту читателей.

Пионерские журналы для детей (1922 – 1990-е гг.): общественно-политические, научно-популярные, литературно-художественные и развлекательные. Детская журналистика этого периода, оказавшегося одним из самых благоприятных и в организационном, и в материальном отношении, развивается в тесной связи с детским коммунистическим движением. В 1922 г. создаётся пионерская организация – с этого времени начинается эпоха детских пионерских журналов, воспитывавших любовь к стране.

«Юные товарищи» (1922, Москва), «Барабан» (1923, Петербург) – *первые советские общественно-политические журналы для детей*, посвящённые организаторским вопросам пионерского движения. Для сельских ребят издавались пионерские журналы «Искорка» (1924 – 1933) и «Дружные ребята» (1927 – 1953, в 1933 – 1937 – под названием «Колхозные ребята»). «Пионер» (с 1924 г.) считался главным пионерским журналом страны, своеобразным центром, объединяющим писателей, учёных и журналистов. Альманах «Воробей», издание «Петроградской правды», начал выходить в 1923 г. Из альманаха вырос возглавляемый С. Я. Маршаком

¹ Галчонок. – 1912. – №5. – 143 с.

² Галчонок. – 1912. – №44. – 110 с.

³ Галчонок. – 1912. – №46. – 101 с.

⁴ Цит. по: Русские журналы для детей (1785 – 1917 гг.) : библиографический указатель и аннотации / сост. З. И. Свиридова, М. И. Холмов. – Л., 1982. – С.47.

журнал «Новый Робинзон» (1924-1925), который был своего рода энциклопедией знаний: в нём удачно чередовались очерки из жизни пионеров (рубрика «Красный галстук») и научно-популярные статьи (рубрики «Лаборатория «Нового Робинзона», «Погляди на небо»), рассказы и повести, была и развлекательная рубрика «Большая перемена». Со страниц «Нового Робинзона» сошло уникальное издание в советской и мировой литературе – «Лесная газета» В. В. Бианки. Ориентация на младшего школьника, учёт его психологии, игровое начало и стремление к занимательности – основные характеристики журнала. В 1920-е гг. в союзных республиках выходят свои пионерские журналы¹. В 1928 г. выходило 18 журналов для пионеров (12 для пионеров и 6 для октябрят) общим тиражом 433 тыс. экз.² «Крестьянской газетой» издавался журнал «Дружные ребята» (1927-1953), ориентированный на крестьянских детей.

Пионерские научно-популярные журналы отличались разнообразием: «Знание – сила» (с 1926 г. как «ежемесячный научно-популярный и приключенческий журнал для подростков», сейчас «научно-популярный и научно-художественный журнал», с 2006 г. выходит литературное приложение к журналу «Знание — сила: фантастика»), «Юный натуралист» (с 1928 г.), «Затейник» (1929 – 1941 и 1946 – 1953), «Юный художник» (с 1936 г.). Они были ориентированы на читателя с интересом к определённой области знания, поэтому главным был научный отдел.

Появление журналов «Ёж» (для пионеров, 1929-1930, тираж 40 тыс. экз.) и «Чиж» (ежемесячный журнал для детей младшего возраста, 1930 – 1941, тираж 50 тыс. экз.), созданных силами С. Я. Маршака и его друзей – Н. М. Олейникова, Е. Л. Шварца, С. А. Венгерова, Б. С. Житкова и др., обозначило *литературно-художественное и развлекательно-игровое* направления в детской периодике. «Ёж» и «Чиж» воплощали идею «познания и освоения

¹Например: «Пионер» (1929, Армения), «Белорусский пионер» (1924), «Пионер» (1927, Азербайджан), «Пионер» (1926, Туркмения).

²Петрова О. А. Детская журналистика : учеб.-мет. пособие / О. А. Петрова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. – С.27.

мира через игру». Игра для редакции журналов в первую очередь ценна сама по себе – как занятие, приносящее ребёнку удовольствие, и как метод достижения воспитательных и развивающих целей. Для читателей «Ежа» и «Чижа» игра – основная форма общения и деятельности, публицистический материал давался также через игру. В «Еже» появились персонажи-посредники: Макар Свирепый – путешественник и выдумщик, герой невероятных приключений, Иван Торопышкин, тетя Анюта, Петрушка и др. Интерес к морально-нравственным темам, внутреннему миру ребёнка позволяет характеризовать журнал «Ёж» как тип литературно-художественного пионерского журнала, складывающийся в продолжение 1920 – 1930-х гг. «Чиж» – журнал для октябрят. Большое место занимали небольшие очерки, рассказы, стихи, рисунки, посвящённые В. И. Ленину, революции, пятилетке. Авторам журнала удалось найти образную форму подачи идеологизированного материала, поэтому он пользовался большой популярностью у читателей. Одним из важнейших свойств «Чижа» и «Ежа» «была их активная жизненная позиция: не чтение, а объяснение мира, не рассказ, а показ явлений, не занятие для досуга, а стремление сделать читателя деятельным участником событий»¹.

В 1924 г. при «Рабочей газете» начал выходить журнал для детей 6-12 лет «Мурзилка», в становлении которого участвовали К. И. Чуковский, С. Я. Маршак, М. М. Пришвин, В. В. Лебедев, Е. М. Чарушин и др. Содержание: рассказы, очерки, сценки и сказки из животного мира, рассказы о явлениях природы, игры, загадки. Также к октябрятам были обращены всесоюзные журналы «Искорка» (1924-1933), «Сверчок» (1937), которые, «взрослея», превращались из «малышовых» в журналы для младших школьников, сохраняя структуру дореволюционных журналов.

В 1936 г. издавалось 28 детских журналов (19 на национальных языках) разовым тиражом 700 тыс. экз.² С 1938 г. издаётся единственный в своём

¹ Холмов М. И. Становление советской журналистики для детей / М. И. Холмов. – Л., 1983. – С.174.

² Петрова О. А. Детская журналистика : учеб.-мет. пособие / О. А. Петрова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. – С.43.

роде не только в России, но и в мире журнал для слепых детей, «Советский школьник», печатающийся шрифтом Брайля. Аналогов ему не было и нет. Инициатором создания и первым редактором был В. А. Викторов. С 1994 г. журнал называется «Школьный вестник».

Во время Великой Отечественной войны издание многих пионерских журналов было временно приостановлено (продолжали выходить «Пионер», «Дружные ребята», «Мурзилка»). В 1974 г. выходило 25 ежемесячных пионерских журналов и 10 журналов для октябрят и дошкольников общим разовым тиражом свыше 17,5 млн. экз.¹

Так, с учётом возрастных особенностей детской аудитории и идеолого-педагогических задач складывалась структурно-содержательная модель пионерского журнала как нового типа детского журнала; главной целью пионерского журнала было коммунистическое воспитание, основанное на любви к своей стране. Освещая политические и идеологические реалии времени, журналы находили соответствующие возрасту формы их подачи, новые методы взаимодействия с аудиторией, игровые приёмы. Публицистический, литературный, развлекательные отделы знакомили читателя с современностью, поэтому, несмотря на провозглашаемое отстранение от предшествующей истории отечественной периодики для детей, советский этап продолжил наиболее значительные её традиции XIX – начала XX в. В XX в. уже сложившаяся структура была сохранена (за исключением религиозного раздела) и продолжала развиваться. В 1960–1980-х гг. детская пресса была стабильной системой, новые издания появлялись не часто. Журналы полностью охватывали детскую аудиторию, сопровождали ребенка на протяжении всего детства. Малышам были адресованы «Веселые картинки», младшим школьникам – «Мурзилка», детям среднего школьного возраста – «Пионер» и «Костер», старшеклассникам – «Ровесник»². Идея коммунистического воспитания, столь актуальная в 1920 – 1930-е гг. XX в., в

¹ Там же.

² Там же. – С.47.

1960-е гг. обросла общечеловеческими ценностями. Культурная среда, в которую погружался ребёнок, – литература, кино, мультипликация, радиоэфир, журналистика – помогала растить здоровых, образованных людей с нравственными принципами. Возраст аудитории стал одним из главных типоформирующих факторов, определившим приёмы и методы работы с детьми: дидактические игры (шарады, кроссворды, задачи и т.п.), игровые стихи, публикации в жанре игры.

Подводя итоги, отметим, что типологическая структура первых журналов для детей складывалась под влиянием главенствующих в том или ином историческом периоде педагогических и воспитательных традиций. Также на этот процесс большое влияние оказывали изменения в общественной и политической жизни. С момента своего возникновения детская периодика несла лучшие морально-нравственные и духовные, в т.ч. православные, принципы; просветительство и воспитание подрастающего поколения на общепризнанных, общечеловеческих ценностях. Развитие детской периодики приводит к осознанию детства как особого периода формирования личности. С течением времени усилилось внимание к проблемам современности и формированию у детей мнения по социально значимым вопросам. Детский журнал был «сильным» звеном системы СМИ, и определяющую роль в этом сыграл фактор государственной поддержки. Эти традиции должны определять функционирование периодических изданий современного печатного рынка для детей. Рассмотрим общий исторический фон и условия, которые вызвали к жизни новый тип изданий – детскую газету.

1.2. Газета в структуре детской прессы как самостоятельный тип издания

К началу XX в. отечественная периодика для детей претерпела значительные изменения: она получила широкое распространение по всей стране; некоторые издания выходили уже на протяжении десятилетий,

достаточно надежно отладив весь редакционно-издательский механизм. Выделяя исторически сложившиеся типы журналов, мы отмечали, что детская пресса отражает развитие общества в целом. Детская газета как самостоятельный тип изданий возникает в детской периодике после 1905 г. в условиях политизации общественной жизни, и с этого момента наравне с детским журналом становится ключевым «игроком» информационного поля. Революционное волнение, общественный подъём требовали иных форм выражения, необходимо было приблизить детское издание к жизни, «осовременить» его, а самое главное – оперативно откликнуться на события; увеличивающаяся периодичность газеты, прямой диалог с читателем создавали благоприятные условия для этого, поэтому сам факт освоения новых типологических возможностей открывал широкие перспективы в периодике для юного читателя. Появление газеты как принципиально нового типа издания для детской аудитории знаменовало собой новые тенденции, наметившиеся не только в детской журналистике: в процессе динамичных информационных взаимодействий газета становится главным собирателем, носителем и распространителем массовой информации и таким образом признаётся одним из ведущих коммуникаторов в системе печати. Возникновение газетной периодики определяется совершенно иными, нежели у журналов, предпосылками: 1) газеты ориентируются на социально активного читателя, который интересуется актуальными для общества процессами и событиями (это отражается на тематической, жанровой, композиционной, графической структуре); 2) в газете успешно «работают» интерактивные формы и приёмы общения с читателем.

Актуально выраженную форму позиционирования детской газеты в секторе детской прессы и принципиальное типологическое отличие, на наш взгляд, вполне определённо фиксирует понятие *модель* (от лат. *modulus* – мера, образец), т.е. в широком смысле любой образ, аналог какого-либо процесса, объекта или явления¹. В теории журналистики понятие «модель»

¹Большой энциклопедический словарь. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 744.

рассматривается как разновидность, некая содержательная особенность, которая характерна для той или иной группы изданий, в нашем случае – для детской газеты.

Историческое развитие детской газеты как самостоятельного типа позволяет нам выделить существование двух моделей детских газет.

1908 – 1920-е гг.: детская гражданская журналистика с доминирующей коммуникативной функцией («газета – организатор диалога») возникает в условиях политизации общественной жизни.

Первые газеты освещали общественно-политические события современности; особое внимание уделялось формированию гражданской позиции юного читателя, он активно привлекался к обсуждению социальных явлений, что естественно привело к изменениям и в жанровой структуре, и в оформлении. Отражает этот процесс история «Калейдоскопа», появившегося в Петербурге ещё в 1860 г. и выходившего с подзаголовком «Еженедельная газета для русских детей старшего возраста» (1860-1862, ред.-изд. С. П. Бурнашева). Излюбленным жанром этого нового для того времени издания стал очерк о народностях страны, о быте населения окраин России. Тщательно разрабатывался отдел хроники, который именовался то «Мозаика», то «Вестовщик», то «Новости и мелочи». Обилие разных шрифтов, линеек, рисунков отличали оформление «Калейдоскопа» от других изданий. Однако настоящей газетой стать «Калейдоскоп» не смог: детской периодике категорически воспрещалось освещать политические вопросы, злободневные события, обсуждать конкретные ситуации, взятые из самой действительности – всё то, без чего трудно представить себе этот тип издания. К тому же у газеты не нашлось, да в тех условиях и не могло найтись, массового читателя. А поэтому вполне закономерен дальнейший путь превращения «Калейдоскопа» в обычный альманах: уменьшается площадь страниц с одновременным увеличением их количества, реже появляются «Новости», издание приобретает ярко выраженный литературный характер.

Подлинно иным по типу изданием стала еженедельная «Газетка для детей и юношества»¹. Содержание: беллетристические произведения, научно-популярный отдел, игры, задачи, шарады, объявления, было много иллюстраций. Но сама редакция уже в первом номере отмечала, что «внутреннее содержание «Газетки» совершенно отличается от других детских журналов»². Своеобразие нового издания заключалось в газетной вёрстке, большом формате страниц (количество их в каждом выпуске – 8), дешевизне (цена одного номера в киоске сначала была 10 коп., а при А. С. Панафидиной и того меньше – 7 коп.), что привлекало новых подписчиков из бедных сословий. Часть тиража поступала в розничную продажу. А главное отличие от журналов состояло в том, что «Газетка», в основном, заполнялась злободневным материалом. Об этом говорили и многочисленные рубрики: «Наша хроника», «Заграничная жизнь». «Открытия и изобретения», «Разные сведения», «Спорт», «Авиатика», «Наука и забава», с начала 1912 г. – «Почтовый ящик». Стремление придать публикации событийный характер приводит «Газетку» к тому, что и в «журнальных» разделах постепенно намечаются перемены. Научные очерки берут за основу данные последних открытий, рассказы о выдающихся ученых приурочены к знаменательным датам в их биографии. В сообщениях о явлениях природы указывается «адрес» – место события, дата, впечатления очевидцев и т. д. Научно-популярные статьи «Газетки» составляются по разным отраслям наук и касаются общих вопросов, но не отвлечённо, а в связи с конкретным явлением окружающей действительности³. Через год свою новизну «Газетка» очертит более точно, выделив существо издания: «Совершенно отличаясь от других детских журналов, она даёт в каждом номере большой обзор новостей и событий русской и заграничной жизни»⁴. Хроникальные подборки рассказывают об учёбе в школе, о положении сирот в приютах, о зарождении

¹Газетка для детей и юношества: еженед. / редакторы: А. П. Коркин, с № 10 1913 г. А. С. Панафидина; издатели: А. П. Коркин, затем А. С. Панафидина. – М., 1910-1915.

²Газетка для детей и юношества. – 1910. – 10 января. – С. 8.

³Русские журналы для детей (1785 – 1917 гг.) : библиографический указатель и аннотации / сост. З. И. Свиридова, М. И. Холмов. – Л., 1982. – С. 62.

⁴ Там же. – С. 63.

сначала в Англии, а потом в России скаутских отрядов. Признание получает жанр репортажа и фоторепортажа. Рассказ ведётся прямо со спортивной площадки, с полигона для испытания аэропланов, из лаборатории медика. Такие работы, снабжённые фотоснимками, обладают документальной достоверностью, конкретной аргументацией, оперативностью. Впервые в русской периодике появляются сообщения о жизни детей. Но «Газетка» идёт ещё дальше, взяв на себя организаторские функции: объявляет сбор средств в помощь голодающим детям, проводит различные литературные конкурсы, формирует вокруг себя авторский состав. Завершающим шагом «Газетки» явилось обращение её к «руководящей», передовой статье. В этом новом жанре долгое время выступал писатель А. В. Круглов, именуя свои работы «Письмами к «маленькому народу». «Газетка для детей и юношества» дожила до октября 1915 г., когда «чрезвычайные обстоятельства и затруднения, вызванные войной в издательском деле, недостаток бумаги на рынке и поднятие цен на неё, вздорожание всех других материалов и типографских работ»¹ вынудили издателя-редактора А. С. Панафидину прекратить выпуск газеты. В последнем номере писалось: «Как еженедельное издание, он [журнал] приближался к типу газеты и имел соответствующие отделы хроники и руководящих статей. Пятилетнее существование «Газетки» доказало, что этот новый тип издания в России вполне отвечает насущной потребности»².

Существенное неоспоримое преимущество газет для детей «Что нового» (1908, Москва), «Детская газета» (1908, Петербург), «Детская газета» (1910, Москва) перед журналом заключалось в возможности вести с подрастающим читателем диалог на злободневные темы, обсуждать социальные и политические события. «Чтение газет детьми даже младшего возраста стало обычным явлением, к которому все привыкли, – отмечал обозреватель детской периодики А. Колмогоров. – Даже руководители лучших журналов

¹Газетка для детей и юношества. – 1915. – 22 октября. – С. 3.

²Там же.

для детского чтения и те признали чтение газет детьми явлениям нормальным и даже отсылают к ним детей»¹.

Итак, функционально-целевое назначение первых *детских гражданских газет с доминирующей коммуникативной функцией* – обеспечение условий для «взросления» маленького читателя, безболезненного вхождения его во взрослую жизнь; проблемно-тематическая направленность определялась содержательными особенностями новой формы, выраженным публицистическим характером, отражала стремление сделать его активным участником общественно-политических процессов, при этом редакции стремились распространить свои издания и среди необеспеченных слоёв населения, чему способствовала связь каждого материала с жизнью, невысокая стоимость номера. Начинала развиваться юнкорская деятельность, конкурсы становятся одной из активных форм работы с аудиторией, оптимизируется жанровая структура газеты. Издателями были частные лица.

1922 – 1990-е гг.: пионерская журналистика с доминирующей идеологической функцией («газета – идеологический транслятор»). Появление пионерских газет было обусловлено следующими историческими факторами: своеобразием советского политико-экономического устройства, приоритетным местом образования и воспитания, развитием пионерского движения в стране.

Первые в советской России печатные газеты детских объединений и организаций начали выходить в 1919 – 1920-х гг. и вели среди читателей в основном общеобразовательную работу². После создания в 1922 г. пионерской организации в более чем 20 городах начали выходить пионерские газеты³. К концу 1925 г. издавалось 27 пионерских газет (на

¹Колмогоров А. Обзор журналов для детского чтения // Новости детской литературы. – 1915. – №3. – С. 6.

²Например: «Детская правда» (1919, Саратов), «Муравей-чудодей» (1920, Пермь), «Наша газетка» (1922, Тула), «Юный Спартак» (1922, Харьков).

³«Будь готов» (Пермь), «Дети Октября» (Владивосток), «За Ильичем» (Казань), «Киевский пионер», «Ленинские внучата» (Ростов-на-Дону, Вологда), «Молодой пионер» (Тбилиси), «Юные строители» (Красноярск), «Юный ленинец» (Ереван), «Юный пионер» (Курск, Смоленск), «Юный строитель» (Минск) и др.

русском и других языках народов СССР) общим тиражом 165 тыс. экз. Непосредственное руководство пионерскими газетами осуществлял ЦК ВЛКСМ, который являлся и учредителем. К 1930-м гг. сложилась структурно-содержательная модель пионерской газеты: значительное место занимала общественно-политическая информация; рассказ о событиях и происшествиях; жизнь детей; научно-популярный отдел; отдел «Смесь», шахматы, работа кружков. Характерной особенностью следует считать организационно-массовую работу: пионерская газета была инициатором общественных, спортивных и др. движений, привлекала «деткоров». Большое влияние на определение типа пионерской газеты, её отделов, круга авторов, специфических форм и методов работы с юными читателями и корреспондентами оказали газеты «Ленинские искры» (1924-1992, с 1992 г. – «Пять углов») и «Пионерская правда» (с 1925 г., Москва). Остановимся на последнем издании.

Первый номер газеты «Пионерская правда» вышел в Москве 6 марта 1925 г., тираж – 20 тыс. экз. В помещённом на первой полосе приветствии Московский комитет партии давал редакции наказ воспитывать детей рабочих и крестьян в духе понимания основных задач рабочего класса, развивать в них стремление к знанию и учить эти знания применять на деле в интересах трудящихся¹. Уже через два года газета стала всесоюзным изданием для пионеров и взяла на себя роль организатора детского коммунистического движения. Как и во взрослой периодике 1920-х гг., лозунги, плакатный стиль и образность были главными в «Пионерской правде». С 1930 г. газета, по сути, определяла направления и содержание школьной и внешкольной жизни советских детей: организовывала работу пионерских отрядов с беспризорниками, досуг детей, создавала отряды ликбеза, утверждала новые идеалы (история Павлика Морозова). Особое место занимали материалы о Ленине². Во время Великой Отечественной

¹ Пионерская правда. – 1925. – 6 марта.

² См., например: Пионерская правда. – 1960. – 25 октября. Выпуск посвящён В.И. Ленину: «Учитесь жить по-ленински!»

войны на фронт поступали собранные ребятами по призыву газеты тёплые вещи, связанные ими варежки, носки, добрые, сердечные письма воинам. Пионеры принимали самое активное участие во многих общественно полезных делах: изучали родной край, искали железо, торф, собирали металлолом, строили спортивные площадки, создавали школьные производственные бригады¹. Газета печатала новости и письма пионеров из дружественных социалистических стран², отчёты, рассказы о достижениях пионерских отрядов, созывала слёты³.

Практически с первых лет существования газета начала создавать различные движения, в «Пионерке» родились 33 любимых читателями клуба: «Кожаный мяч», «Золотая шайба», «Белая ладья», дискуссионный клуб «Зеркало», клуб сельских опытников «Малая Тимирязевка», «Клуб юных мотористов», «Клуб авиамоделлистов»⁴. Это была новая форма работы с читателем. Газета вела диалог с читателями и о международной политике – для этого был открыт политический клуб «Колокол». Темы были регламентированы, оценка событий и явлений однозначна, но форма подачи материала учила читателей анализировать, отстаивать своё мнение, спорить, хотя и в заданных рамках. Еще один клуб – «Зеркало» – стал площадкой для дискуссий и обмена мнениями по проблемам межличностного общения, вопросам нравственности. В конце 1980-х гг. открылась общепионерская дискуссионная трибуна «Поиск», которая предлагала для обсуждения актуальные общественные проблемы⁵.

На страницах газеты в 1956 г. было объявлено начало всесоюзной экспедиции «Моя Родина – СССР», миллионы школьников выполняли задания поискового, краеведческого, экологического, туристического характера; осуществлялось шефство над ветеранами. Военно-спортивные соревнования выросли во всесоюзную игру «Зарница». Со страниц

¹См., например: Пионерская правда. – 1983. – 18 февраля.

²См.: Пионерская правда. – 1925. – 22 марта; Пионерская правда. – 1925. – 21 июня.

³См., в частности: Пионерская правда. – 1960. – 18 октября. Выпуск посвящён Всероссийскому слёту юных натуралистов, проходившему в Ленинграде.

⁴Например: Пионерская правда. – 1983. – 15 февраля.

⁵Например: Пионерская правда. – 1988. – 7 мая. – С. 3.

«Пионерской правды» к детям обращались известные люди, герои, окружённые ореолом романтики¹. Трудно перечислить всех героев и гостей «Пионерской правды»; важно то, что для взрослых – спортсменов, известных писателей, политиков, актёров и др. – участие в ней было важным делом. С детьми шёл разговор на равных, что создавало атмосферу доверия. Большую роль в этом сыграло постоянное участие самих детей.

В начале 1970-х гг. «Пионерская правда» выходила на 4 полосах два раза в неделю, стоила десять копеек; тираж составлял 9,5 млн. экз. «Пионерская правда» была общественно-политическим изданием, однако охватывала практически все сферы жизни ребёнка 9-14 лет. Основные отделы газеты: общественно-политический, школьной и пионерской жизни, познавательно-развлекательный и беллетристический.

Итак, значительную часть информационного пространства советского ребёнка составляли *пионерские газеты с доминирующей идеологической функцией*, функционально-целевое назначение которых – воспитание подрастающего поколения в духе патриотизма, коммунистических традиций. Проблемно-тематическая направленность была обусловлена общественно-политическим характером: впервые газета выступала организатором и координатором пионерского движения, поэтому интенсивно происходила разработка новых активных форм и методов работы с читателем. Газета инициировала масштабные государственные акции и проекты, организовывала «клубы», привлекала к сотрудничеству лучших писателей, учёных, журналистов; юнкорская деятельность стала отличительной чертой газеты именно в этот период; уточнялась и расширялась жанровая палитра. Газеты становятся частью государственной системы воспитания детей (учредитель – ЦК ВЛКСМ).

Всё развитие детской журналистики, зависимое от эпохи, от дальнейшего развития русского общества, от обострения борьбы классов,

¹ См., например: Космическая пятилетка // Пионерская правда. – 1966. – 12 апреля. – С. 3: рассказ Юрия Гагарина об освоении Космоса СССР.

подготавливало появление принципиально нового самостоятельного типа периодического издания – газеты с доминирующими коммуникативной и идеологической функциями на разных этапах своего исторического развития. В своей ориентации газета пошла по пути освоения новой формы, за формой стояло более существенное – иное содержание, пришедшее в детскую журналистику. Газета была призвана формировать в сознании маленьких читателей постоянно обновляемую, с учётом происходящих перемен, живую, динамичную картину текущей действительности, производить своевременную корректировку знаний, мнений, оценок, целей и методов деятельности в соответствии с динамикой и характером развития, изменениями условий жизни общества. Детская журналистика переходила к актуальным выступлениям, что, в свою очередь, подсказывало публицистический, а не констатирующий способ отражения действительности. Процесс формирования нового типа изданий для детской аудитории – газеты – занял много времени, но шаг за шагом она представала в новом качестве, завоёвывая себе популярность у юных читателей, занимая устойчивое место в их системе отношений с окружающей действительностью. Газета постепенно становилась единственным органом, который, разговаривая с читателем «на равных», уважал его мнение и транслировал его взрослым. Особенное место занимал на страницах диалог с детьми, призванный помочь адаптироваться им во взрослом мире. Надо отметить, что эти тенденции актуальны и в настоящее время, их развитие предопределяет развитие детской газеты как самостоятельного типа.

Специфичность детской журналистики проявляется в типологических характеристиках, подчёркивающих относительную самостоятельность и обособленность периодики для детей.

1.3. Типологические характеристики детской прессы

Современная детская пресса находится на этапе динамичного развития и типологической трансформации. Информационный рынок, постоянно

расширяющийся и демонстрирующий высокие темпы роста определённых секторов периодической печати, ставит жёсткое требование – выпуск полноценного и оригинального продукта, что предполагает прежде всего полное соответствие содержательного поля издания реальным потребностям и информационным интересам читателей. Успешность газеты, журнала обуславливает полное и чёткое представление редакции о миссии издания, его типе. Типология позволяет определить «нишу» каждого конкретного издания в ряду других, представить его модель, выработать концепцию. Для того чтобы понять типологическую природу детской прессы, необходимо теоретически переосмыслить стремительное развитие журналистики вообще, поэтому обратимся прежде всего к типологическим разработкам отечественной теории печати. Сразу же оговоримся, что лишь зафиксируем состояние научных изысканий в этой области; опираясь на выводы теоретиков, выберем наиболее целесообразный, с нашей точки зрения, подход.

Рассматривая эту задачу через призму исследуемой проблемы, принципиально важно остановиться на следующих ключевых моментах: тип издания и типоформирующие признаки; феномен специализированной газетной периодики; типологические характеристики детской прессы. Типологическая модель детской газеты, её профильные (существенные) черты, современные модели детских газет будут рассмотрены ниже.

В журналистской методологии вопросы типологии и классификации разрабатываются давно и продуктивно. основополагающее значение имеют труды А. И. Аكوпова, Е. В. Ахмадулина, А. Г. Бочарова, А. В. Западова, Э. А. Лазаревич, Е. А. Корнилова, Л. Л. Реснянской, В. В. Тулупова, П. И. Чукова, М. В. Шкондина, М. И. Шостак и других авторов, специализирующихся на проблемах теории и практики современной типологии. Воронежский профессор В. В. Тулупов подчёркивает, что типологический анализ в процессе позиционирования газеты является обязательным условием создания эффективной модели, а затем и выпуска информационного

продукта, поэтому типологическая проблема всегда имела практический смысл¹. Исследователи сходятся в одном: понятие «тип» определяет совокупность изданий, обладающих наиболее характерными, существенными чертами и свойствами; типология – это метод (а также результат) научного познания, научной систематизации, классификации газет (журналов) на основе общих для них признаков и свойств². Более конкретным и информативным выглядит следующее определение, которое мы и возьмём за основу: тип издания – это исторически сложившаяся модель группы изданий, содержащая в себе наиболее характерные, существенные черты и свойства, присущие всей рассматриваемой группе³. Общеизвестным, однако, следует считать тот факт, что в типологических исследованиях нет единого мнения о том, какой принцип (или признак) надо принять за основу типологии средств массовой информации, нет определённого взгляда на структуру прессы. Думается, совершенно справедлив акцент на исторической обусловленности, устойчивости признаков, исходя из которого тип издания – понятие конкретно-историческое. Сам процесс типизации – формирования и закрепления признаков – процесс развития и совершенствования структуры СМИ, в ходе которого некоторые издания неизбежно «переходят в другой тип», может меняться и сама модель – это прямое следствие общественных изменений.

¹ Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / Тулупов В. В. – Воронеж : Кварта, 2001. – С. 52.

²См.: Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий / А. И. Акопов. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – С. 27; Акопов А. И. Некоторые вопросы журналистики : история, теория, практика (публикации разных лет) / А. И. Акопов. – Ростов н/Д : ООО «Терра», НПК «Гефест», 2002. – 368 с.; Бочаров А. Г. Основные принципы типологии современных советских журналов / А. Г. Бочаров // Вестн. Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 1973. – №3. – С. 27–35; Корнилов Е. А. Типология периодической печати: основные понятия и категории / Е. А. Корнилов // Типология периодических изданий. – Ростов н/Д, 1983. – С. 21; Корнилов Е. А., Акопов А. И. Классификация в теории и практике журналистики / Е.А. Корнилов, А.И. Акопов // Филологические этюды. Сер. Журналистика. – Ростов н/Д, 1975. – №4. – С. 29; Тулупов В. В. Моделирование в журналистике / В. В. Тулупов // Современные проблемы журналистской науки : сб. научн. ст. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С. 109–110; Тулупов В. В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология. – Воронеж : Инфа, 1996. – С. 57; Чуков П. И. Специализированные газеты как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Чуков Павел Игоревич. – Ростов н/Д, 2004. – С. 53; Шкондин М. В. Периодическая печать : системные основы типологии // Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С. 12.

³Ахмадулин Е. В., Чуков П. И. К вопросу о типологии специализированных газет / Е. В. Ахмадулин, П. И. Чуков // Акценты: новое в массовой коммуникации : альманах. – Воронеж, 2003. – Вып. 5-6. – С.16–20.

Определяющими основаниями для классификации периодических изданий профессор А. И. Акопов в работе «Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов)» называет «тематическое направление и целевое назначение»¹. В процессе типологизации исследователь выводит десять «основных типоформирующих (типообразующих) признаков»: издающий орган, читательская группа, задачи и программа, авторский состав, внутренняя структура, жанры, оформление, периодичность, объём (одного номера), тираж (разовый одного экземпляра)².

С целью раскрыть социальную природу печатного органа, область его информационного воздействия, проследить акцентированный интерес аудитории и смоделировать сбалансированную программу оптимального развития информационного продукта на рынке В. В. Тулупов подразделяет все типообразующие факторы в их совокупности на *объективные* (существующие как данность, влияющие как бы извне: общественно-экономическая формация, тип общества, технологический фактор и т.д.), *объективно-субъективные* (учитывающие природу журналистики как особого рода деятельности и определённого вида СМИ и зависящие от владельца, издателя, учредителя: целевая читательская аудитория, авторский состав, жанры и формы подачи, язык и стиль и пр.) и *субъективные* (квалификация и мастерство редактора, менеджеров, технических работников, полиграфистов и даже квалификация читателей)³.

М. В. Шкондин подчёркивает, что при типологическом анализе важно оценивать следующие параметры: характер аудитории, целевое назначение, состав учредителей, издателей и владельцев, экономические характеристики⁴.

¹Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий / А. И. Акопов. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – С. 29.

² Там же. – С.30–33.

³Тулупов В. В. Моделирование в журналистике : учеб. пособие для студентов вузов / В. В. Тулупов. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С.92–93.

⁴Шкондин М. В. Периодическая печать : системные основы типологии // Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С. 10–47.

Естественно, что процессы модернизации общества с оговоркой на специфику коммерческой области и особенности аудитории проецируются на типологический облик изданий, поэтому в издательской практике корреляция неизбежна. Трансформация социально-экономических, политических факторов влечёт и изменение роли типоформирующих признаков, отражается на их иерархии, в результате чего одни доминируют, другие утрачивают прежние позиции, переходя в роль дополняющих, фоновых. Особенно актуально эта проблема высвечивается в аспекте весьма любопытных исследований большого типологического отряда специализированных газет, сам факт существования которых, как отмечает ростовский учёный П. И. Чуков, отличает российскую газетную периодику от западной¹. Специализированная газетная пресса, следуя определению П. И. Чукова, рассчитана на более определённые аудиторные группы, сегментированные по социально-демографическим признакам и интересам в различных сферах жизнедеятельности человека, что соответствует широкой проблемно-тематической модификации типов этого вида изданий и специфичности её социальных функций. Этот крупный тип газет выступает своеобразной типологической прослойкой между массовыми универсальными газетами и специализированными (в т.ч. и специальными) журналами, которая создавалась в советское время с учётом более интенсивной и эффективной пропаганды в различных слоях населения².

Детские периодические издания – отдельный вид специализированной прессы. К сожалению, научное изучение периодических изданий для детей отстаёт от нужд и запросов современной детской журналистики; большинство серьёзных, фундаментальных работ относятся к советскому периоду ее функционирования³, современное состояние наиболее подробно

¹Чуков П. И. Специализированные газеты как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Чуков Павел Игоревич. – Ростов н/Д, 2004. – С. 41.

²Там же. – С. 40.

³См.: Богатырева Ю. И. Печать пионеров Вологды 20-х годов / Ю. И. Богатырева // Проблемы журналистики. – Вып.7. Журналистика Северо-Запада РСФСР. – Л., 1976. – С.51–60; Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – 177 с.; Алексеева М. И. Советские детские журналы 20-х годов / М.И. Алексеева. – М.

рассматривается в учебных пособиях «Типология периодической печати»¹ и «Средства массовой информации России»². Симптоматично и показательно, что, несмотря на очевидную обособленность детской прессы в структуре СМИ, типологические характеристики детских изданий сегодня страдают неопределённостью и обнаруживают самые общие подходы к исследованию, базирующиеся на законах «взрослой» печати, и поэтому не могут обеспечить выпуск полноценного и оригинального информационного продукта. Одним из серьёзных препятствий на пути глубокого и всестороннего изучения детской периодики, в т.ч. и газетной, и выявления её типологической природы является отсутствие универсальной методики, позволяющей провести комплексный анализ отдельных ключевых сегментов на основе чётких критериев.

Серьёзную попытку выработки единого подхода типологического анализа детских изданий делает уральский исследователь М. Ф. Попова, предлагая интегрировать все типологические категории в три группы³:

1. *типоформирующие факторы* – основополагающие, сущностные категории; это причины, движущие силы, вызвавшие к жизни появление того или иного издания, той или иной совокупности изданий;
2. *типологические характеристики* – признаки и черты, в которых реализуется, проявляется сущность издания или типа;
3. *типологические принципы* – условия жизнедеятельности, жизнеспособности того или иного издания, правила, при соблюдении которых возможна и достижима максимальная результативность журналистского воздействия.

: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 133 с.; Русские журналы для детей (1785-1917 гг.): библиографический указатель и аннотации / сост. З. И. Свиридова, М. И. Холмов. – Л., 1982. – 65 с.; Холмов М. И. Становление советской журналистики для детей / М. И. Холмов. – Л., 1983. – 174 с.

¹Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 236 с.

²Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Я.Н. Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

³Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – С.95.

Рассуждая о типологических категориях, мы, вслед за М. Ф. Поповой, будем говорить о типоформирующих факторах (признаках), употребляя данный термин в том научном ракурсе, который был определён выше; понятие «типологические характеристики» применять к детской прессе как самостоятельному явлению.

Для определения типологических характеристик детской прессы целесообразно обратиться к методике типологического анализа П. И. Чукова. Мы будем использовать её применительно ко всей детской периодике, а не только к газетам. Это диктуется необходимостью последовательного выделения всей детской журнально-газетной периодики как обособленного пласта из других специализированных изданий, а затем уточнения ниши детских газет в структуре детской периодики и их профильных характеристик.

В качестве типоформирующих (типобразующих) признаков для специализированной газетной периодики П. И. Чуковым определены следующие: целевое назначение (адресность), запросы определённых аудиторных групп, социально-демографическая и проблемно-тематическая направленность (содержание), специфика социальных функций, учредитель. Рассмотрим каждый из названных признаков относительно детской прессы.

Параметры «целевое назначение» (адресность) и «запросы определённых аудиторных групп» тесно коррелируют между собой, и это обстоятельство характеризует именно специализированную прессу, так как целевое назначение предполагает общий «портрет» своей читательской группы¹. Применительно к детской прессе взаимодействие этих признаков раскрывается в трёх аспектах: возрастном, психологическом и деятельностном. Проанализируем каждый из них. П. И. Чуков отмечает, что «именно характер аудитории является основным типоформирующим признаком для всех модификаций рассматриваемого типа изданий»²; в

¹Чуков П. И. Специализированные газеты как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Чуков Павел Игоревич. – Ростов н/Д, 2004. – С. 42.

² Там же. – С. 53.

ракурсе освещаемого вопроса *возрастную адресацию* (возрастной аспект) следует считать основным признаком, определяющим выделение этого пласта изданий и читательские интересы. Это ещё одно обстоятельство, исходя из которого нам представляется вполне закономерным распространять сформулированные П. И. Чуковым показатели для детской газетно-журнальной периодики в целом. Мы уверены, что детскому изданию, в большей степени чем любому изданию «для взрослых», необходимо учитывать психологические и социальные характеристики своего целевого возраста, с тем чтобы грамотно осуществлять редакционную политику. Акцентируем внимание на том факте, что все признаки, по которым проводится классификация детских изданий (пол, мировоззренческие признаки, специфические социальные группы, способ производства, характер информации и даже целевое назначение)¹, находятся в зависимости от возраста аудитории. *Психологические характеристики «своей» аудиторной группы* (психологический аспект) – совокупность информационных потребностей и интересов – также во многом определяют «лицо», тип детского издания. *Участие читателей* в выпуске издания – наполнение контента их разнообразными работами (письма, рассказы, рисунки и пр.), конкурсы и акции, рассчитанные на привлечение детей, разнообразная юнкорская деятельность – содержание «деятельностного» аспекта аудиторного параметра. Детальное рассмотрение указанных аудиторных характеристик посвящён следующий параграф главы.

П. И. Чуков особо останавливается на том, что **«социально-демографическая и проблемно-тематическая направленность» (область информационного внимания, предмет отражения)** – наиболее информативные признаки с точки зрения эмпирического анализа². Ведущим в детском издании в большинстве случаев является социально-

¹Руденко И. А. Детская и юношеская пресса // Типология периодической печати /под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С. 199–201.

²Чуков П. И. Специализированные газеты как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Чуков Павел Игоревич. – Ростов н/Д, 2004. – С.45.

демографический «подпризнак», так как редакция ориентируется на запросы определённой детской возрастной группы. Информационные предпочтения юных читателей соотносятся прежде всего с возрастом, интересы их многогранны, изменчивы, порой ситуативны, поэтому *предметом освещения детского периодического издания становится вся совокупность общественных отношений, все стороны человеческого бытия*. В детской прессе тематической ограниченности нет и быть не может: всё, что может заинтересовать ребёнка, должно найти отражение на полосе. Исключение составляет раннее детство, которое остаётся за рамками нашего исследования. В том же довольно редком случае, когда газета начинает выпускать приложение, т.е. ориентируется на интересы аудиторных групп в области их жизнедеятельности, увлечений, ведущим становится проблемно-тематический «подпризнак», а ведомым – социально-демографический.

Единая модель детского периодического издания проявляется и на уровне такого типоформирующего признака, как **«специфика социальных функций»**. Для типологического анализа специализированных газет П. И. Чуков в порядке их приоритетности выделяет следующие:

1. обзорная, аналитическая, просветительская;
2. справочно-консультационная, рекламная;
3. развлекательная (рекреативная);
4. документирования, мобилизационная, контактная.

В силу привязанности к возрасту аудитории детских печатных изданий происходит следующая корректировка. Среди ключевых называют воспитательную (коррекционную), познавательную, просветительскую, информационную, интегративную функции. Многие исследователи подчёркивают, что воспитательная функция в большей степени проявляется в *коррекции*¹, т.е. в дополнении или частичном изменении существующей реальности, и *компенсации* – восполнении недостаточности межличностных

¹Когатько А. Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Когатько Анна Геннадиевна. – М., 2006. – С. 147.

контактов¹. Весьма актуальным представляется тот факт, что современные дети утратили культуру общежития в многонациональном и многоконфессиональном обществе, поэтому детская пресса должна строиться с учётом *интегративной функции*². *Развлечение* должно использоваться вспомогательно, выступая в качестве эмоционально-положительного и мотивационного подкрепления основных функций. М. Ф. Попова справедливо отмечает, что детская пресса также выполняет *коммуникативную, регулятивную функции*³. Группа *организаторских функций* играет большую роль: издания, адресованные разным возрастным группам, знакомят с нормами поведения в обществе, коллективе, семье, приобщают к различным видам трудовой деятельности, способствуют выбору профессии. Заметное место в детской журналистике занимает *группа культурно-образовательных, рекреативных и гедонистических* (удовлетворение, удовольствие от самого процесса творчества) *функций*. Это объясняется особенностями детской психики, для которой характерна достаточная размытость границ между процессами познания и развлечения. С каждым годом все больший вес приобретает *рекламно-справочная функция*. Важное значение имеет *прогностическая функция*, так как детская пресса служит неким механизмом, помогающим ребёнку выработать готовность к решениям проблем, которые появятся в будущем. Поскольку миссия детской журналистики связана с процессами социализации, т.е. с усвоением индивидами опыта предшественников и включением в контекст общественных отношений (речь об этом также пойдёт ниже), во многих теоретических исследованиях, обобщающих практическую журналистскую деятельность, и социологических опросах аудитории можно встретить указания на важнейшую духовно-идеологическую роль журналистики: *нравственное возрождение общества, культивирование высоких моральных*

¹Лебедева Т. В. Детское радиовещание : специфика общения с аудиторией : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. В. Лебедева ; Моск. гос. ун-т. – М., 1989. – С.20.

²Когатько А. Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Когатько Анна Геннадиевна. – М., 2006. – С. 149.

³Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – С. 101.

*принципов, взаимосвязи личной и общественной морали*¹. Закономерно поэтому, что к функциям, свойственным детским изданиям в целом, можно отнести и *функцию артикуляции общественных интересов* – приобщение новых поколений к системе сложившихся в обществе знаний, ценностей и норм, ценностно-нравственных ориентаций². Эта функция тесно связана с функцией *ориентировки в мире социальных явлений, функцией социальной идентификации*, которая опирается на информирование и имеет прямое отношение к процессам социализации, понимаемой в самом широком смысле как процесс и результат активного усвоения и воспроизводства индивидом социального опыта³. Мы считаем, что приоритетные функции детских изданий – *просвещение, воспитание и организация межпоколенческого диалога*, поскольку именно ситуация равноправного диалога формирует потребность в знаниях, способность в творческом самовыражении, стимулирует социальную активность, развивает лидерские качества.

Параметры «учредитель» и «функционально-целевое назначение» в современных детских изданиях не всегда связаны друг с другом. В период становления первых в нашей стране детских газет в роли учредителя выступали детские объединения или организации, имевшие непосредственное отношение к институтам образования и воспитания, они и определяли функционально-целевое назначение детской печати. Со времени возникновения советской детской прессы её издатели не менялись: у центральных изданий – ЦК ВЛКСМ и Центральный Совет ВПО им. В. И. Ленина, республиканские издавали соответствующие республиканские органы комсомола и пионерии, значит, работа велась в одном направлении.

В связи с повсеместным возникновением новых изданий произошла перестройка в сфере традиционных издателей: сегодня выпуском детской

¹См.: Шкондин М. В. Периодическая печать: системные основы типологии // Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С. 29; Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы / А. А. Грабельников. – М. : РИП-холдинг, 2001. – С. 79; Корконосенко С. Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – С. 101.

²Аникина М. Е. Молодежные издания // Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С.178–179.

³Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 57.

периодики занимаются общественные структуры (Союз журналистов Москвы, Российский Детский фонд, Фонд Святителя Николая Чудотворца и пр.), информационные агентства и издательские дома («Русская семья», «Карапуз», «Весёлые картинки», «Эгмонт. Россия. LTD», «Бурда»), коммерческие организации и частные лица, редакционные коллективы газет и журналов («Аргументы и факты»). Уникально, что учредителем некоторых детских газет сегодня является правопреемница пионерской организации (с 1990 г.) – Международный союз детских общественных объединений «Союз пионерских организаций – Федерация детских организаций» (СПО-ФДО). Во всех этих случаях уточняются тематические направления, концептуальные позиции редакции.

Таким образом, преломляясь через призму реально существующего типа, общие типоформирующие признаки специализированных изданий уточняются и становятся типологическими характеристиками. Обобщим выделенные выше **типологические характеристики детской прессы:**

- 1) **функционально-целевое назначение:** периодика для детей (требуется уточнение конкретной возрастной группы);
- 2) **читательская аудитория:** возрастная адресация, психологические группы читателей, участие детей в выпуске газеты;
- 3) **проблемно-тематическая направленность** – совокупность общественных отношений;
- 4) **социальные функции:** приоритетными являются просвещение, воспитание, организация коммуникативного пространства;
- 5) **учредитель** – государственные или общественные организации, не обязательно связанные с институтами образования и воспитания.

В последние десятилетия сформировался иной социально-культурный контекст, определивший конструктивные изменения и в содержательной, и в композиционно-графической модели детского издания. Основополагающими *факторами* определения в этом процессе во многом вынужденной модификации считаем следующие: недостаточная инвестиционная

поддержка детской прессы; отсутствие федеральной программы популяризации чтения детской периодики. Причём такое «неоформившееся» состояние присуще в целом всей детской журналистике. Учитывая корреляцию современной экономической и культурной эпохи, приходится признать, что сегодня все каналы массовой коммуникации моделируют потребительскую систему отношений, которая осваивается детской и юношеской аудиторией без критического осмысления. Как справедливо отмечает краснодарский исследователь Д. А. Жукова, детская журналистика сегодня – важный социально-психологический фактор, имеющий мощные технологии воздействия на сознание, причём степень его влияния на детскую аудиторию с неустоявшимся мировоззрением наиболее велика¹. Такое положение дел, привело, если считать положительным достижением отсутствие довлеющей идеологической составляющей, к многочисленным негативным моментам, проявившимся:

- в сокращении объёмов текстов социальной тематики (что приводит к распространению информационно ненасыщенного контента);
- в минимизации объёмов информационно-просветительской кампании;
- в доминировании развлекательного контента;
- в увеличении коммерческой информации;
- в увеличении числа игровых жанровых форм со стилистически сниженной лексикой;
- в уменьшении количества прозаических и поэтических текстов с доступными для понимания ребёнка живыми, эмоциональными оборотами речи;
- в нарушении оформителями композиционных принципов.

Следует отметить стремительное сокращение общероссийских и увеличение числа региональных и местных детских печатных изданий, сужение географии распространения, малочисленность аудитории.

¹Жукова Д. А. Влияние детской журналистики и СМИ на групповое и индивидуальное сознание детей: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11/ Д. А. Жукова ; Краснодар. ун-т МВД России ; науч. рук. М. Б. Маринов. – Краснодар, 2012. – С. 19.

Одна из последних тенденций – использование современными газетами «журнальных» дизайнерских приёмов с целью достижения визуальной привлекательности¹. Изменения, выявленные нами в процессе анализа современных детских газет, позволяют сделать вывод о том, что это положение актуально и для детской прессы. Журнальный формат, большое количество иллюстраций (рисунков, фотографий) («Золотой ключик»), качественная крупная фотография и анонсы с перечислением основных рубрик и заголовками крупных материалов на первой полосе, «журнальный» вариант разворота в виде крупного материала с фотографией, сопровождаемого несколькими колонками текста («Пионерская правда», «Юношеская газета»), обилие цвета, активизация инфографики, использование различных рисованных символов в виде весёлых человечков (ведущих рубрик), знаков препинания, геометрических фигур («Золотой ключик», «Ровесник», «Незнайка», «Антошка») – приёмы оформления, необходимость использования которых определяется привлечением юного читателя.

Данные проблемы, однако, весьма актуальны не только для российского общества. После распада СССР детские издания бывших союзных республик оказались в подобном положении. Показателен в этом отношении опыт развития детских газет Республики Беларусь. Рыночные отношения вносят свои коррективы в процесс дальнейшего развития периодики. Белорусский исследователь С. В. Харитоновна выделяет несколько актуальных проблем в области детской прессы: экспансия иностранного печатного продукта, коммерциализация прессы в сфере белорусской печатной журналистики для детей, снижение тиражей отечественной периодики². Белорусскоязычные

¹См. об этом: Зверева Е. А. Визуализация современных печатных изданий: «Журнальные» приёмы оформления в газетах / Е. А. Зверева // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : мат.-лы межвуз. науч.-практ. конф. – СПб. : С.-Петербургский ун-т, Высш. шк. масс. коммуникаций, 2008. – С. 171–172; Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / Тулупов В. В. – Воронеж : Кварта, 2001. – С.112.

²Харитоновна С. В. Современная пресса для детей: содержательное и композиционно-графическое моделирование : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / С. В. Харитоновна ; Белорусский гос. ун-т ; науч. рук. А. К. Свороб. – Минск, 2012. – С.13–15.

издания перестают существовать как самостоятельные органы печати и становятся приложениями других детских газет и журналов, однако просветительские, развивающие, научно-популярные издания активно поддерживаются государством. Издание детских газет «Вяселка», «Зорька», «Юный спасатель», «Переходный возраст», которые освещают интересные прежде всего для детей и подростков темы: деятельность пионеров, оздоровительные и спортивные проекты, человеческие отношения, философские проблемы, творческие и интеллектуальные успехи детей и подростков; публикуют материалы о здоровом образе жизни, актуальных культурных событиях, выборе будущей профессии, экологии, историческом наследии белорусского народа, – осуществляется при поддержке Министерства информации Республики Беларусь. Главное их отличие от российских изданий той же ниши – утверждение и популяризация нравственных и социальных ценностей, формирование гражданственности, патриотизма; находит отражение и духовно-просветительская тематика, которую раскрывают публикации о религиозных устоях, национальных духовных традициях. Особое направление в работе каждой газеты – продвижение за рубеж объективной информации о событиях в стране и формирование имиджа миролюбивой, динамично развивающейся страны, чему помогают многочисленные международные конкурсы, инициируемые самими редакциями. Одним словом, у нашей детской периодики образцы для подражания есть не только в историческом прошлом.

Детскую прессу можно одновременно рассматривать и как социальное явление, о чём свидетельствуют функции, осуществляемые ею, а также целевая аудитория, благодаря которой детская журналистика выделяется в самостоятельный тип.

1.4. Возрастные и психологические особенности детской аудитории

Теоретики и практики журналистики подчёркивают большую роль читательской аудитории – важнейшего типоформирующего фактора¹. Аудиторию СМИ описывают как «совокупность получателей сообщения, общего для всех её членов, представляющую собой социальную группу, локализованную в пространстве и во времени, имеющую внутреннюю структуру и предполагающую взаимодействие её членов»². Описывая аудиторию печатного издания, профессор В. В. Тулупов отмечает следующие её признаки: аморфность и анонимность, рассеянность в пространстве и во времени, неоднородность, изолированность, текучесть и изменчивость³. Эти характеристики можно отнести и к детской аудитории, однако ключевыми являются основные закономерности и этапы психического развития и особенности информационного поведения детей на разных стадиях развития. Возрастные, психологические, демографические характеристики детей как социальной группы позволяют рассматривать её в качестве аудитории СМИ, обладающей специфическими особенностями.

Существуют разные подходы к определению детства. Несомненно одно: «детство – не вечное неизменное явление: оно – иное на иной стадии развития животного мира, оно иное и на каждой стадии исторического развития человечества»⁴. Московский исследователь М. Е. Аникина подчёркивает, что по мере развития общества и усложнения социальных связей и отношений необходимость учёта своеобразия представителей различных возрастных категорий увеличивается⁵. Поэтому для формирования теоретических представлений об основных составляющих

¹См.: Бочаров А. Г. Основные принципы типологии современных советских журналов / А. Г. Бочаров // Вестн. Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 1973. – №3. – С. 31-32; Корнилов Е. А., Акопов А. И. Типология в современной науке о печати (к постановке проблемы) / Е. А. Корнилов, А. И. Акопов // Методы исследования журналистики. – Ростов н/Д, 1979. – С.60–72; Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / Тулупов В. В. – Воронеж : Кварта, 2001. – С.52.

²Тулупов В. В. Моделирование в журналистике : учеб. пособие для студентов вузов / В. В. Тулупов. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С.82.

³Там же.

⁴Блонский П. П. Педология: учеб. пособие / П.П. Блонский. – М. : Гардарики, 2006. – С.108.

⁵Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Аникина Мария Евгеньевна. – М., 2004. – С.57–58.

детского издания необходимо говорить не только об общих границах группы, но и о внутренней структуре детской аудитории.

Мы проанализировали информацию, накопленную в разных областях знаний, но не дошедшую в обработанной форме до практиков. Значительная трудность обобщения состояла в том, что психологами, педагогами, социологами закладывается неодинаковый подход к пониманию социально-демографических характеристик детей и молодёжи, и потому нелегко сформировать единый взгляд на детей как аудиторию детского печатного издания, где бы адекватно сочетались все аспекты: социологический, психологический, социально-психологический, журналистский, филологический.

Интересно, что исторически понятие детства связывается не с биологическим состоянием незрелости, а с определённым социальным положением. Французский демограф и историк Ф. Ариес проанализировал, как в ходе истории у художников менялось представление о природе детства¹. В большинстве произведений изобразительного искусства возраст соответствует не столько биологическим стадиям, сколько социальным функциям людей. Интересно, по мнению исследователя, что каждый период истории соответствует конкретному привилегированному возрасту и определённому подразделению человеческой жизни: «Молодость – привилегированный возраст XVII века, детство – века XIX, подростковый период – XX столетия»². Однако детство не зависит от того, когда художники стали изображать детей на своих полотнах, поэтому картины не могут дать всех необходимых данных для анализа.

Вся человеческая деятельность, а с нею сознание, личность, развиваясь, вырастают из жизни общества. Возраст является не только количественной мерой (годы жизни), но и качественным измерением, показывающим динамику соотношения социального и биологического в разные периоды

¹Ариес Ф. Ребенок и семейная жизнь при старом порядке / пер. с франц. Я. Ю. Старцева при участии В. А. Бабинцева. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1999. – 211 с.

²Там же. – С.59.

жизни. Возрастная психология определяет *детство* как период, продолжающийся от новорожденности до полной социальной и, следовательно, психологической зрелости; это период становления личности ребенка, превращение его в полноценного члена человеческого общества¹. Природу детства изучали такие всемирно известные ученые, как Дж. Уотсон, В. Штерн, К. Бюлер, К. Коффка, К. Левин, А. Валлон, З. Фрейд, Э. Шпренгер, Ж. Пиаже, В. М. Бехтерев, С. Л. Рубинштейн, Л. С. Выготский, А. Р. Лурия, А. Н. Леонтьев, П. Я. Гальперин, Д. Б. Эльконин, В. В. Давыдов, Л. И. Божович, А. В. Запорожец, П. П. Блонский, А. П. Усова и др. Однако их работы не могут восприниматься как константа, поскольку единая концепция детского развития так и не была создана.

Можно говорить о параллельном существовании в XX в. двух научных подходов – двух парадигм исследования детского развития. Наиболее известные западные концепции описывали процесс детского развития с позиции *естественно-научной парадигмы* (Ст. Холл, К. Бюлер, Э. Тондайк, В. Штерн, К. Коффка, З. Фрейд, Ж. Пиаже, Э. Эриксон, А. Бандура и др.), составляющей основу натуралистического подхода к пониманию развития психики ребёнка.

Систематизация достижений отечественной детской психологии на основе *культурно-исторической парадигмы* (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, А. В. Запорожец, Д. Б. Эльконин, М. И. Лисина, П. Я. Гальперин, В. В. Давыдов и др.), глубокой и сложной в теоретическом плане, представляется нам более разработанной и научно обоснованной. В данном контексте детское развитие изучается *исторически*, т.е. анализируется переход ребёнка от одной возрастной ступени к другой, изучается изменение его личности внутри каждого возрастного периода, происходящее в конкретных исторических условиях. От уровня развития общества зависит содержание развития ребёнка, поэтому продолжительность детства – продукт

¹Обухова Л. Ф. Возрастная психология / Л. Ф. Обухова. – М. : Изд-во МГПУ, 2011. – С. 27.

истории, подверженный изменению¹. Профессор Л. Ф. Обухова подчёркивает, что продолжительность детства находится в прямой зависимости от уровня материальной и духовной культуры социума².

Предмет возрастной психологии – психическое развитие личности на разных этапах. В онтогенезе выделяется ряд сменяющих друг друга периодов, качественно различающихся с точки зрения строения, функционирования и соотношения различных психических процессов и характеризующихся особыми личностными образованиями. Отечественный психолог, специалист в области детской психологии Д. Б. Эльконин создал научно-продуктивную концепцию периодизации на основе идей Л. С. Выготского и другого отечественного учёного, профессора А. Н. Леонтьева, построенную с учётом закона периодичности разных типов деятельности (табл.1)³.

Таблица 1.

Эпохи и стадии детского развития по Д. Б. Эльконину

Эпоха	Раннее детство		Детство		Отрочество		Ранняя юность
Стадия	Младенческий возраст	Ранний возраст	Дошкольный возраст	Младший школьный возраст	Младший подростковый возраст	Старший подростковый возраст	
Возраст	0	1	3 – 6	7 – 10	11 – 12	13 – 15	16 – 17

В соответствии с указанными стадиями детского развития исследователь детской прессы МГУ им. М. В. Ломоносова И. А. Руденко выделяет четыре типа изданий: для дошкольников, для младших школьников, для подростков, для старшеклассников⁴. Такая аудиторная сегментация обеспечивает возрастную общность и близость интересов, поэтому само общее понятие *детская пресса* может быть отнесено к каждой из перечисленных возрастных

¹Выготский Л. С. Проблема возраста /Л. С. Выготский // Собрание сочинений : в 6 т. / Л. С. Выготский. – М. : Педагогика, 1984. – Т.4. – С. 244–268.

²Обухова Л. Ф. Возрастная психология / Л. Ф. Обухова. – М. : Изд-во МГПУ, 2011. – С. 67.

³Эльконин Д. Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте / Д. Б. Эльконин // Избранные психологические труды. – М., 1989. – С. 167–172.

⁴Руденко И. А. Детская и юношеская пресса // Типология периодической печати /под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С. 201.

групп, но одновременно предполагает уточнение: для какой конкретно категории читателей предназначено издание.

Таким образом, в качестве ориентира применительно к понятию *аудитория детских изданий* мы будем оперировать терминами отечественной психологической школы и использовать периодизацию Д. Б. Эльконина, отражающую реалии современной российской действительности, учитывающую такие важные моменты социализации, как начало школьного образования, переход в средние, а затем и в старшие классы. Понятием *ребёнок* в данной работе охватывается часть общества от рождения до 18 лет согласно международным правовым документам.

Современное общество как информационное прогрессивно в той мере, насколько обеспечиваются его информационные интересы и потребности. Роль информации проявляется уже на генетическом уровне, т.е. с момента зачатия. Данные физиологов и психологов свидетельствуют, что способность ребёнка полноценно участвовать в информационной деятельности складывается к 15 – 16 годам¹.

М. Е. Аникина констатирует, что в мировой практике сформировалось несколько точек зрения на аудиторию СМИ². О ней говорят как о пассивном либо как об активном социальном субъекте. Сегодня потребители массовой информации превращаются из объекта в субъект деятельности, общения, медиапользования воспринимается ими как составная часть ежедневного общения и привычной практики. Происходит эволюция части активной аудитории от потребителя информации к со-творцу медиaprостранства³. Доказательство тому – стремительное развитие интерактивных форм коммуникации, блогосферы, использование мультимедийных возможностей СМИ. В сфере детской журналистики роль аудитории всё более очевидна, развитие самостоятельных детских СМИ в этом аспекте чрезвычайно

¹Пиаже Ж., Инхельдер Б. Психология ребенка / Ж. Пиаже, Б. Инхельдер. – СПб. : Питер, 2003. – С.65.

²Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Аникина Мария Евгеньевна. – М., 2004. – С.73–75.

³Зверева Е. А. Просьюмер в современном медиaprостранстве / Е. А. Зверева // Акценты: новое в массовой коммуникации : альманах. – Воронеж. – 2010. – Вып. 1-2. – С. 25.

перспективно. Закономерно потому определить некоторые понятия, связанные с информацией, применительно к рассматриваемому возрасту. Для этого сошлёмся на руководителя творческого объединения «Юнпресс», который уже более тридцати лет занимается практической деятельностью и исследованиями в области самодеятельных средств массовой информации, доктора педагогических наук С. Б. Цымбаленко¹. Информационное пространство – система информационных процессов общества, коммуникаций человека и природы, человека и человека. *Информационное пространство ребёнка* – коммуникативные отношения и действия подростков, информационные каналы, связывающие подростков с обществом; подрастающее поколение как подсистема информационного пространства. Одновременно с уменьшением влияния традиционных источников образования и воспитания, с утратой механизмов передачи социального опыта усиливается влияние СМИ в жизни человека. Интенсивность данных процессов, непрерывно увеличивающаяся с середины XX в., приводит к тому, что роль ребёнка в сфере коммуникаций и в обществе в целом становится более явной. Американский социолог и этнограф, специалист в области этнопсихологии, исследовавший процессы социализации детей в различных культурах, М. Мид выделяет три типа культур (три типа социализации)²:

- постфигуративную, где дети прежде всего учатся у своих предшественников (примитивные общества);
- кофигуративную, где дети и взрослые учатся у своих ровесников;
- префигуративную, где взрослые учатся у своих детей (новый этап эволюции общества, межпоколенческий диалог).

Подрастающее поколение проявляет себя как субъект, активный творец информационного пространства, в котором может проявлять активность, влиять на социальное окружение, заявлять о себе обществу в виде своих

¹Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования/ С.Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – С. 8.

²Мид М. Культура и мир детства / М. Мид. – М. : Наука, 1988. – С. 322, 342.

газет (их количество растёт с конца 1980-х гг., несмотря на отсутствие экономических и правовых условий), видеофильмов, Интернет-ресурсов. Всё это прежде всего показатель перехода к «префигуративной», или диалоговой цивилизации. М. Мид обосновала особую миссию ребёнка как эксперта будущего в настоящем, потому необходимо взаимообогащение взрослого и юного поколений посредством диалога, предполагающего партнёрство, взаимопонимание. Необходимо создать оптимальные условия для прямого участия самих детей в принятии решений, касающихся их настоящего и будущего. Возможно, это будут какие-то самодеятельные средства массовой информации или некие иные коммуникативные каналы, позволяющие детям выражать своё мнение и интересы, а обществу – слышать голоса детей.

Проблема многочисленных современных детских СМИ заключается в том, что их контент зачастую направлен на слишком общую по составу аудиторию, а значит, не отвечает потребностям и интересам этой группы. В. В. Тулупов в статье «Моделирование в журналистике» указывает, что при создании модели содержания и формы издания есть два пути: учёт читательских потребностей и формирование этих потребностей¹. В этом ключе важно провести исследование рынка. Определив рыночную нишу, редакция приступает к моделированию сегмента рынка, т.е. определению совокупности потребителей-читателей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга. Так можно постепенно прийти к обобщённому портрету будущего (желанного) читателя, портрету-прогнозу. Но этот портрет, по мнению автора, будет неполным, если ограничиваться исследованиями социально-демографических характеристик аудитории (возраст, пол и т.д.) – сегодня гораздо важнее выявить психологические группы читателей. М. Е. Аникина подчёркивает: оснований для дифференциации аудитории, не считая возраста, множество. Например, в зависимости от информационной активности различают четыре типа

¹Тулупов В. В. Моделирование в журналистике / В. В. Тулупов // Современные проблемы журналистской науки : сб. научн. ст. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С.105–140.

молодых потребителей информации: аудитория с пассивно-потребительским отношением; активная, социально-зрелая аудитория; инфантильная, с несформированными интересами; «домашняя» аудитория с устойчивой системой интересов в сфере досуга¹. Детской редакции следует, по нашему мнению, отталкиваться от информационных мотивов своих читателей. В данном контексте понятие информационные мотивы трактуется как *информационные интересы*. В издательской практике эффективность творческих усилий зависит от того, насколько точно тематика и форма предлагаемого материала попадает в сферу интересов конкретной детской группы. Это подтверждается многочисленными научными исследованиями: так, профессор Л. С. Выготский подробно рассматривал проблему интереса в подростковом возрасте, называя интерес «ключом ко всей проблеме психологического развития подростка»². Психологи называют следующие мотивы обращения к СМИ: информационный, развлекательный, коммуникативный, социальной идентификации, утилитарный, самопознания и самоутверждения³. Применительно к детской аудитории эту группу следует дополнить, по нашему мнению, *познавательным* мотивом.

Объединяя названные мотивы в более крупные блоки, учитывая возрастные особенности детей, обозначим 3 психологических типа потенциальных читателей детских изданий:

1. *аудитория с преобладающим информационно-познавательным мотивом* характеризуется потребностью в получении знаний о мире, научных открытиях, в получении информации о социальных событиях и явлениях, стремится изучить накопленный человечеством опыт в разных сферах науки, культуры, искусства;

¹Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Аникина Мария Евгеньевна. – М., 2004. – С. 81.

²Выготский Л. С. Проблема культурного развития ребенка : хрестоматия по курсу введение в психологию / ред.-сост. Е. Е. Соколова. – М. : Российское педагогическое общество, 1999. – С.233–236.

³Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Н. Н. Богомолова. – М. : Аспект Пресс, 2010. – С. 139–140.

2. аудитория с потребностью в развлечении отличается желанием отдохнуть, развлечься, потребностью в эмоциональной разрядке;
3. аудитория, нацеленная на социальную идентификацию, самопознание и самоутверждение представляет собой «коммуникативный» тип, которому свойственно желание лучше познать себя, наблюдая за другими, стремление утвердиться в своих взглядах, ценностях; таких читателей отличает потребность в контакте с другими: обсудить увиденное и услышанное, найти свои референтные группы и т.д.

Учёт особенностей своей психологической группы, своего типа аудитории, «силуэта читателя» (В. В. Тулупов) позволит оптимизировать процесс моделирования газеты в целом, дифференцировать издание в его среде. Соотнесение каждого типа аудитории и модели газеты будет проведено далее.

Следует учитывать при этом, что традиционно детские издания ориентируются на определённые возрастные группы (дошкольники, младшие школьники, подростки, старшеклассники). Данное исследование построено на всестороннем анализе групп читателей младшего школьного и подросткового возраста. Выбор данных возрастных категорий во многом определило то обстоятельство, что целевая аудитория исследованных нами детских газет – дети и подростки, т.е. возрастной диапазон смешанный – 9 – 14 лет. Это аудитория с внутренне близкими и относительно устойчивыми интересами, обусловленными схожими жизненными ситуациями. Впрочем, в последние годы обнаруживается и другой подход, когда возрастные границы детских изданий намеренно размываются, чтобы привлечь внимание более широкой аудитории, читателей сразу нескольких возрастных групп¹. Заметим, что рекомендации психологов позволяют считать этот шаг весьма сомнительным.

Читательское поведение младших школьников (7-10 лет)

¹Запекина Н. М. Современная досуговая периодика для детей / Н. М. Запекина // Вестн. Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2006. – №2 (10). – С. 10–14.

Как пишет В. В. Давыдов, младший школьный возраст – это особый период в жизни ребёнка, который выделился исторически сравнительно недавно, поэтому можно говорить лишь о наиболее характерных чертах этого возраста¹. Важным показателем психологического возраста ребёнка является ведущая деятельность – учебная. Когда ребёнок приходит в школу, происходит перестройка всех его отношений с действительностью: система «ребёнок – взрослый» распадается на «ребёнок – учитель» и «ребёнок – родители», причём первая система начинает определять отношение ребёнка к родителям и отношение ребёнка к детям. Впервые отношение «ребёнок – учитель» становится отношением «ребёнок – общество». Новое социальное положение требует обращения ребёнка к самому себе, оценки собственных изменений, рефлексии. Отечественные учёные-психологи пришли к выводу, что дети лучше осваивают материал в совместной работе со сверстниками². Для газетной практики это означает, что при создании детских рубрик, организации детских конкурсов особое внимание необходимо уделять командной форме их построения, что, помимо воспитательной функции, позволит с максимальным эффектом использовать стремление ребят этого возраста принимать решения совместно, чувствуя поддержку товарища.

Подлинное открытие Л. С. Выготского – зона ближайшего развития – дистанция между уровнем актуального и уровнем возможного развития ребёнка³ – имеет практическое значение в редакционной деятельности: материалы должны ориентироваться не столько на уже созревшие функции детей определённого возраста, сколько на потенциальные, откуда и следует необходимость расширять рамки целевой аудитории путём создания приложений для читателей, стоящих как ниже, так и выше младшего школьного возраста. Если речь идёт о самостоятельном детском творчестве – журналистика может стать для ребёнка деятельностью, которая бы постоянно

¹Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения: опыт теоретического и экспериментального психологического исследования / В. В. Давыдов. – М. : Педагогика, 1986. – С. 61.

²Выготский Л. С. Проблема возраста /Л. С. Выготский // Собрание сочинений : в 6 т. / Л. С. Выготский. – М. : Педагогика, 1984. – Т.4. – С. 257–261.

³Там же. – С.263.

давала ему возможность роста, помогала ему подняться как бы выше самого себя. Однако необходимо учесть следующее очень важное замечание: в процессе развития ребёнка нельзя торопиться, ведь созревание требует времени.

Младшие школьники активно осваивают окружающий мир. К этому возрасту формируется устойчивая потребность в приобретении знаний, лучше всего познавательный процесс «работает» в игровой форме, популярными становятся спортивные и интеллектуальные игры, что необходимо учитывать, продумывая концепцию издания. Наиболее привлекательные для детей этого возраста жанры – викторины, комиксы, сказочные приключения, конкурсы, совместное творчество (поделки, рисование, обучение элементарным видам рукоделия). Формула их – познание через игру – эффективна именно в этом возрасте.

Состояние физического и психического развития младшего школьника определяет, по мнению воронежского профессора А. М. Шестериной, и читательское поведение, что находит отражение в характере публикаций¹. Так, в детских изданиях (для дошкольников и младших школьников) в большом объёме встречаются рекреативные тексты, значительная роль отводится иллюстрациям. Ребята этого возраста отличаются высочайшей активностью, потребностью в действии и познании, поэтому наиболее занимательны материалы, где учитывается их интерес к перевоплощению и приключениям. Происходит скачок интереса к информации о животных и природе. Исследователь подчёркивает, что один из самых распространённых аргументов в изданиях для детей – аргумент при помощи примера, очевидно соответствующий особенностям детского восприятия.

Итак, в младшем школьном возрасте большие изменения происходят в познавательной сфере ребёнка. Это возраст интенсивного интеллектуального развития.

¹Шестерина А. М. Психология журналистики: в 2-х ч. / А. М. Шестерина. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – Ч.1. – С. 145–148.

Читательское поведение подростков (11-15 лет)

Подростковый возраст обычно характеризуют как переломный, переходный, критический, но чаще – как возраст полового созревания. Л. С. Выготский различал три точки созревания: органическое, половое и социальное¹. У современного ребёнка эти три линии развития разошлись. Мы наблюдаем сначала половое созревание, затем органическое и спустя некоторое время – социальное. Это расхождение и обусловило возникновение подросткового возраста. В настоящее время, когда в развитых странах мира контроль родителей за развитием ребёнка продолжается вплоть до брака, этот период жизни имеет тенденцию к постепенному увеличению: от 11 до 20 лет.

Л. С. Выготский считал, что подростковый возраст – это самый неустойчивый и изменчивый период, который отсутствует у дикарей и при неблагоприятных условиях имеет тенденцию несколько сокращаться. Это «переходное» положение, период неприкаянности, зависит от того, как подросток усваивает «взрослые» роли. Переход от детства к взрослости составляет основное содержание и специфическое отличие всех сторон развития в этот период – физического, умственного, нравственного и социального. Ведущая деятельность – общение со сверстниками – направлена на познание отношений, поэтому здесь складывается и новая социальная ситуация развития: «подросток – ровесник». Основное противоречие возраста – стремление быть, казаться и считаться взрослым, названное Д. Б. Элькониным тенденцией к взрослости. И. С. Кон пишет: «Подростковый период – это возраст пытливого ума, жадного стремления к познанию, возраст кипучей энергии, бурной активности, инициативности, жажды деятельности»². Важнейший фактор развития личности подростка – его собственная большая социальная активность, направленная на усвоение

¹Цит. по: Обухова Л. Ф. Возрастная психология / Л. Ф. Обухова. – М. : Изд-во МГПУ, 2011. – С. 391.

²Кон. И. С., Фельдштейн Д. И. Отрочество как этап жизни и некоторые психологические характеристики переходного возраста / И. С. Кон, Д. И. Фельдштейн // В мире подростка: сб. научн. статей – М., 1980. – С.101.

общественных образцов и ценностей, на построение удовлетворяющих отношений с взрослыми и товарищами, наконец, на самого себя. Отечественный психолог Г. А. Цукерман считает, что именно в подростковом возрасте индивид переживает время встречи с самим собой¹. Психологи подчёркивают, что это период завершения детства и начала «выхода» из него. Особенно актуальны для подростка вопросы свободы. Одиночество – отсутствие друзей, понимания родителей, потерянности, опустошённость, страх так и остаться в этом мире одному пугают его. В процессе социализации в подростковом возрасте наблюдается тенденция к освобождению от родительской опеки, постепенное вхождение в группу сверстников, установление отношений сотрудничества и конкуренции. В общении со сверстниками подросток сталкивается лицом к лицу с проблемами отношений с людьми, осваивает этические нормы. Самосознание, или, другими словами, социальное сознание, перенесённое внутрь, – основное новообразование подросткового возраста, отмечает Л. С. Выготский². Развитие самосознания, как никакая другая сторона душевной жизни, подчёркивал учёный, зависит от культурного содержания среды, которую, заметим, во многом формируют детские издания.

Большое внимание в отечественной психологии уделяется условиям воспитания моральной и интеллектуальной взрослости у подростков. Во всех вариантах развития взрослости действует общее правило отечественного психолога Д. Б. Элькониной: «Формирование взрослости возможно только через отношение старших к подросткам как уже в какой-то степени взрослым, а не к маленьким»³. Именно в этом возрасте, как указывает Л. И. Божович, ученица и последовательница Л. С. Выготского, возникают и оформляются нравственные убеждения, формируется мировоззрение, возникает самоопределение характеризующееся осознанием себя в качестве

¹Цукерман Г. А. Психология саморазвития : задача для подростков и их педагогов / Г. А. Цукерман. – Рига : Эксперимент, 1997. – С. 173–175.

²Выготский Л. С. Педология подростка / Л. С. Выготский // Психология подростка : хрестоматия / сост. Ю. И. Фролов. – М. : Российское педагогическое агентство, 1997. – С. 255.

³Цит. по: Обухова Л. Ф. Возрастная психология / Л. Ф. Обухова. – М. : Изд-во МГПУ, 2011. – С. 451.

члена общества, пониманием своего места в человеческом обществе, своего назначения в жизни и конкретизируемое в новой общественно значимой позиции¹. Поэтому детская газета должна стать каналом трансляции нравственных и моральных ценностей, любви к своей стране, поскольку именно в этом возрасте закладываются основы морально здоровой личности. В такой идеологии – залог нашего будущего.

Возраст в значительной степени влияет и на восприятие информации, и, как следствие, на медиавоздействие. Л. С. Выготский особое внимание обращал на развитие мышления в подростковом возрасте². Главное в этот период – овладение подростком процессом образования понятий, формирование логического мышления. В подростковом возрасте психические процессы впервые приобретают личный характер, развивается рефлексия и самосознание.

Следует помнить также о том, что возраст выступает и как показатель способности ребёнка правильно оценивать достоверность информации. Нейробиологи доказали, что у подростков ещё не в полной мере развита префронтальная кора головного мозга (область, отвечающая за выбор, интерпретацию, оценку, модификацию и упорядочение семантической информации)³, т.е. мозг подростков ещё не полностью сформировался и его способность выбирать, оценивать и сортировать информацию ограничена, поэтому её следует развивать: чем большее количество источников они воспримут, тем более критично оценят качество контента. В то же время редактору детского издания нужно учитывать, к какому результату может привести переработка того огромного потока информации, который «сваливается» подростку на голову. Итоговый вывод можно сформулировать

¹Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Л. И. Божович. – М. : Просвещение, 1968. – С. 57–58.

²Выготский Л. С. Мышление и речь: психологические исследования / Л. С. Выготский. – М.: Лабиринт, 1996. – С. 125–201.

³Гируцкий А. А., Гируцкий И. А. Нейролингвистика: пособие для студентов вузов / А. А. Гируцкий, И. А. Гируцкий. – Минск : ТетраСистемс, 2010. – С. 57.

так: информация, предлагаемая детским изданием, должна проходить тщательную проверку перед официальной публикацией.

Исследования широкого круга проблем из жизни современных подростков, включающих в себя одиночество, образ «Я», дружбу, отношения к противоположному полу, детско-родительские отношения, участие в широких социальных группах, показали, что различные проблемы достигают своего пика на разных стадиях подросткового возраста. Так, по данным психолога западной школы Дж. Коулмена, автора теории «фокального взросления», гетеросексуальные отношения вызывают максимальное чувство тревоги в 11 лет, страх отвержения группой сверстников наиболее велик у 15-летних, а конфликты с родителями достигают своего максимума в 17 лет¹. Ко времени окончания школы подростки демонстрируют всё большую обеспокоенность своим будущим.

У подростка отсутствует возможность удовлетворить обостряющуюся потребность в общественном признании. Попытки юных читателей к самоутверждению определяют тематическую и жанровую составляющие, поэтому, по мнению А. М. Шестериной, в изданиях для подростков сравнительно часто встречаются аналитические диалоговые материалы преимущественно полемического характера с явно выраженным элементом сатиры². Полемический текст выполняет в газете функцию стимуляции общения, обсуждения, обостряет противоречия между оппонентами, чётко противопоставляет разные точки зрения, позволяет журналисту установить эффективный контакт с аудиторией. Полемический текст всегда является открытым, обращённым к активному восприятию со стороны читателя, позволяет проявить своего рода максимализм, в силу чего самые распространённые в подростковых изданиях формы разговора с читателем – дискуссии, полемика, «горячие» телефонные, «прямые» линии. Очень много значит верно выбранный тон беседы: эта группа аудитории отторгает

¹Coleman J. C. The nature of adolescence. London: Routledge, 1990. – P. 193.

²Шестерина А. М. Психология журналистики: в 2-х ч. / А. М. Шестерина. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – Ч.1. – С. 71.

назидательность. Особую популярность имеют материалы, построенные на психологическом конфликте, где отслеживаются метаморфозы личности, обсуждаются проблемы лидерства. А. М. Шестерина отмечает и другую причину популярности полемики в подростковом издании – это тенденция к обсуждению «трудных» тем, к копированию взрослой бульварной прессы¹. Определяющую окраску детскому изданию придаёт характер полемики: конструктивный или деструктивный, скандальный. Другим существенным признаком полемического текста, по мнению учёного, является его эмоциональность, во многом подавляющая критическое, рациональное осмысление проблемы². Аргументация здесь в значительно большей степени имеет эмоциональный, нежели рациональный характер. Эмоциональное отношение автора к происходящему, как правило, рождает и эмоциональный отклик у аудитории.

В изданиях для подростков доминирует аргумент от авторитета. Копирование поведения авторитета, характерное для этого этапа взросления человека, эффективно и внутри полемических структур. Именно в подростковой и молодёжной среде психологи отмечают проявление так называемого «феномена капитанства»³. Аргумент, основанный на апеллировании к мнению большинства и формирующийся на принципе социального доказательства, оказывается в полемике данного типа изданий малоэффективным: утверждение о том, что «большинство думает так и считает так», вызывает отторжение. Аналогичное воздействие оказывают и другие формы убеждения, основанные на ссылке на общепринятое мнение (например, подмазывание аргумента). К особенностям публикаций для подростков можно отнести тенденцию гиперболизации проблемы, предельную категоричность позиций, основанную на частом обращении к эффекту контраста, специфический молодёжный сленг.

¹Там же. – С. 77.

²Там же. – С. 78.

³Там же. – С. 75.

Дополняют, конкретизируют и резюмируют заключения учёных результаты многочисленных исследований, проведённых под руководством С. Б. Цымбаленко¹. Представленные в виде лаконичных выводов, они отражают информационные предпочтения читателей-подростков, знать о них практикам детской прессы необходимо:

- основной источник значимой информации – межличностные каналы,
- социальный опыт усваивается преимущественно через общение с ровесниками и взрослыми;
- информацию должна быть актуальной, эмоционально окрашенной, опираться на конкретный жизненный опыт близких по возрасту социальных групп;
- с возрастом падает значимость информации о школе, родителях, семье, животных, растёт значение информации о друзьях, знакомых, музыке;
- ведущий канал межличностной коммуникации – диалог;
- оптимальный возраст для активного диалога на острые социальные темы – 12-14 лет; с младшими подростками нужна взвешенная, щадящая форма информирования, не вызывающая отторжения, либо нездорового интереса и желания испробовать запретное на собственном опыте; со старшей группой подростков наиболее результативным может быть разговор о конкретных ситуациях, совместные размышления о судьбах ровесниках;
- интерактивное общение, совместное творчество, эффекты неожиданности, контраста – наиболее эффективные и предпочтительные способы информирования.

Исследования С. Б. Цымбаленко опровергают довольно распространённые утверждения, которые используются при создании телевизионной, радишной, печатной продукции, Интернет-ресурсов для

¹Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С.Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – С. 37–42.

подростков и молодёжи, о том, что эту аудиторию будто бы волнуют прежде всего развлечения, деньги, секс. Эта тематика не приоритетна, зато актуальны вопросы одиночества, проблема «не такой, как все», насилие на улице и дома, конфликты с учителями и родителями.

Таким образом, научной платформой данного исследования мы будем считать целостную концепцию детского развития, разработанную Л. С. Выготским и его последователями (Д. Б. Элькониным, В. В. Давыдовым, А. Н. Леонтьевым, Л. И. Божович и др.). При планировании модели детской газеты имеет смысл учитывать критерии периодизации детского развития, психосоциокультурные характеристики детей как целевой аудитории. С точки зрения исследовательских парадигм в рамках возрастной психологии и социологии детство – время познания человеком окружающего мира, время становления его личности, системы ценностных ориентиров. Интересно, что русская философская и литературно-эстетическая мысль 1830 – 1840 гг. во многом приближалась к такому пониманию этой чрезвычайно важной проблемы. Известный русский критик, публицист В. Г. Белинский именно в это время решительно выступал против теории, по которой каждый рождается готовым и совершенным от природы человеком, а общество лишь портит и искажает эту его природную сущность. По убеждению критика, только «животное родится готовым...Человек бывает животным только до появления в нём первых признаков сознания»¹. Важно понимать, что ребёнок обладает качественно отличной от взрослого психикой.

Общность рассмотренных традиционных типологических характеристик детской прессы (функционально-целевое назначение, читательская аудитория, проблемно-тематическая направленность, социальные функции, учредитель) позволяет позиционировать детские газеты в рамках единой типологической группы. Необходимость определения самого права на

¹Белинский В. Г. Стихотворения Баратынского / В. Г. Белинский // Собр. соч. : в 3 т. / В. Г. Белинский. – М., 1948. – Т. 2. – С. 437.

существование этого типа периодики, «лица» детской газеты, чётко очерченных функциональных особенностей более чем очевидна.

1.5. Профильные характеристики современной детской газеты

Комплексный типологический анализ детской газетной периодики, осмысление специфических черт отдельных изданий позволит повысить их конкурентоспособность и существенно поможет практикам-издателям. Научный интерес в связи с этим представляет определение и раскрытие сущности следующих ключевых понятий: профильные (существенные) черты детских газет, типологическая модель детской газеты.

Профильные черты современной детской газеты как отдельного типа издания уточним на основе типологических характеристик детской прессы. Под термином *профильные черты* (равнозначным понятию *профильные характеристики*) мы подразумеваем особенные, сущностные характеристики детской газеты, определяющие её специфичность в структуре детской прессы.

Итак, своеобразие детской газетной периодики проявляется через:

1) Отношения «профиль – функционально-целевое назначение».

В первой главе мы вели речь о «целевом назначении» (по П. И. Чукову) специализированных газет. Традиционно и справедливо считается, что и газеты, и журналы для детей призваны осуществлять социализацию¹. Однако это слишком общая характеристика. На основе ключевых тенденций развития современного детского медиапространства нам представляется целесообразным выделить профиль, определяющий развитие детской газеты в соответствии с информационными потребностями своей целевой аудитории, выполнением соответствующих функций (конкретно об этом соотношении речь пойдёт далее). Функционально-целевое назначение в таком случае мыслится как функциональная доминанта, лежащая в основе

¹Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – С. 111.

концептуальной модели в рамках выбранного профиля, её реализация определяет не только особенности модели, но и программную политику редакции, характер взаимоотношений с читательской аудиторией. Эти цели могут быть отнесены в целом к детской печати как отдельному пласту, но одновременно быть разными внутри одной отражаемой сферы действительности; именно так возникают «гнезда» (А. Г. Бочаров), или, как трактует М. И. Шостак в более расширенном виде, – «система в системе».

2) Проблемно-тематическую направленность.

Так как ориентированность на детскую аудиторию выражается и в выполнении ряда социальных обязанностей в соответствии с общественными запросами, то проблемно-тематическая направленность детской газеты, независимо от своей возрастной адресации, должна отличаться *комплексным подходом* и охватывать все стороны воспитания: умственное, физическое, нравственное, идеологическое, политическое, патриотическое, эстетическое, трудовое, художественное, музыкальное, правовое.

3) Общественно-политический характер социальных функций.

Исторически подтверждается очевидный факт: появление в России детских газет – не просто свидетельство поиска новой типологической формы. Возникновение газет говорило об иных тенденциях, развивающихся в русской детской журналистике, и связаны они были непосредственно с самой жизнью. Таким образом, тематический «прицел» смещается; логично заключить, на наш взгляд, что *формирование собственного мнения, гражданской позиции, отношения к какому-либо социальному явлению* – та функция детской газеты, которая первоначально и определила выделение этого типа издания, вызвав его к жизни, утвердив тем самым негласное положение, что всё общественно важное должно обсуждаться детьми и с детьми. На это нацелены и специфичные для детской газеты *функции артикуляции общественных интересов, ориентировки в мире социальных явлений*. Газета выступает неким социальным образованием, которое стремится к формированию открытого детского информационного

пространства в рамках «большой» полифункциональной культуры, в которой юный читатель сам становится источником, транслирующим свой инфопоток на довольно широкую аудиторию, включающую и взрослых. Детский журнал с доминирующим, в отличие от детской газеты, беллетристическим отделом, практически лишён актуальной социальной информации. Кроме того, детская газета, отражая и цементируя представления о современном мире, вносит существенный вклад в интерпретацию актуальных проблем.

4) Нацеленность на малую аудиторную – психологическую – группу.

Читатель газеты – социально активный. Это обстоятельство определяет жанровую специфичность газетных материалов, формы диалога, общее направление редакционной политики, тираж и во многом уточняет модель газеты. Свой уровень аудитории (возраст, пол, место жительства, уровень обеспеченности семьи, информационные потребности) порождает разные формы работы. Учёт психологической группы обязателен.

5) Степень и характер участия детей в подготовке и выпуске номера.

Данная профильная характеристика определяет возникновение и существование варианта «дети для детей» – самодеятельных детских газет разного уровня, которые создаются в рамках непрофессионального медиаобразования.

6) Характер взаимоотношений и формы связи с аудиторией.

Эта характеристика в полной мере отражает отличие детской газеты от журнала: являясь инструментом формирования у подрастающего поколения гражданской позиции, детская газета зачастую выступает организатором государственно значимых проектов, программ для юных, ведёт среди читателей общеобразовательную работу, поэтому арсенал методов и приёмов, с помощью которых осуществляется связь с аудиторией, весьма своеобразен и оригинален.

7) Образ коммуникатора (газеты).

Психологические характеристики юных читателей, профиль, проблемно-тематическая направленность, формы связи с аудиторией позволяют

обозначить место детской газеты в системе социальных отношений ребёнка: «газета-наставник», «газета-собеседник», «газета-старший друг», «газета-ровесник».

8) Периодичность.

Как правило, газеты – еженедельные издания, и это способствует поддержанию ускоренной обратной связи между читателем и редакцией.

9) Преобладание лично значимой для читателя информации.

В отличие от детских журналов, для которых характерен энциклопедический подход в подаче материалов, попытка разного рода обобщений, эмоциональный фон газетных материалов, созданных детьми для детей, зачастую преобладает над фактом.

Названные профильные характеристики – составляющие детской газеты как самостоятельного типа изданий.

Типологическая модель современной детской газеты может быть представлена как газета, функционально-целевое назначение и проблемно-тематическая направленность которой детерминированы ориентацией на «свои» возрастные и психологические группы детской читательской аудитории, многообразными потребностями этой аудитории (познавательными, рекреационными, коммуникативными, образовательными и др.). Газета выступает прежде всего как инструмент формирования у подрастающего поколения гражданской позиции; в ней соединены два типа прессы – самодеятельная и профессиональная, детская и подростковая субкультура здесь соседствует с общечеловеческими, «взрослыми» ценностями. Иными словами, современную детскую газету можно считать характерным атрибутом детской, школьной субкультуры и даже профессиональным партнёром «взрослых» газет. Содержание массовых информационных процессов, дифференцируемых и интегрируемых детской газетой, должно быть связано с важными потребностями общественного прогресса, государственного интереса, поэтому такое издание можно рассматривать и как канал воспитания юного поколения в традициях русской

духовности; функционально-целевое назначение детских газет – проводить в жизнь идеи, утверждающие здоровье, нравственность; активно способствовать самовыражению подрастающего поколения, вовлекать читателей в обсуждение социальных и политических событий, развивать критическое мышление, вооружать коммуникативными навыками. Благодаря периодичности, значительной информативной составляющей контента газета способна удовлетворить потребности ребёнка в социальной информации, а значит, имеет больше возможностей, нежели детский журнал, для создания необходимой для юных читателей информационной среды.

Детская журналистика с момента своего зарождения проводила и утверждала педагогические идеи, под влиянием которых складывалась типологическая структура первых журналов для детей. Детский журнал был «сильным» звеном системы СМИ, и позитивную роль в этом сыграл фактор государственной поддержки. В условиях политизации общественной жизни начала XX в. детская газета возникает как самостоятельный тип изданий и постепенно становится главным собирателем, носителем и распространителем массовой информации. Историческое развитие детской газеты как самостоятельного типа даёт нам возможность выделить существование двух моделей детских газет: детская гражданская журналистика с доминирующей коммуникативной функцией («газета-организатор диалога») и пионерская журналистика с доминирующей идеологической функцией («газета-идеологический транслятор»). Специфичность детской журналистики проявляется в типологических характеристиках. Основным типобразующим фактором является целевая аудитория. В качестве ориентира применительно к понятию «аудитория детских изданий» используем возрастную периодизацию Д. Б. Эльконина. Понятием «ребёнок» в данной работе охватывается часть общества от рождения до 18 лет.

Общность традиционных типологических характеристик детской

прессы (функционально-целевое назначение, читательская аудитория, проблемно-тематическая направленность, социальные функции, учредитель) позволяет позиционировать детские газеты в рамках единой типологической группы. Типологическая модель современной детской газеты может быть представлена как газета, функционально-целевое назначение и проблемно-тематическая направленность которой детерминированы ориентацией на свои возрастные и психологические группы детской читательской аудитории, направленная на формирование у подрастающего поколения гражданской позиции; газета, где соединены два типа прессы – самодеятельная и профессиональная. Своеобразие детской газетной периодики проявляется через следующие профильные характеристики: отношения «профиль – функционально-целевое назначение», проблемно-тематическая направленность, общественно-политический характер социальных функций, нацеленность на малую аудиторную – психологическую – группу, степень и характер участия детей в подготовке и выпуске номера, характер взаимоотношений и формы связи с аудиторией, образ коммуникатора (газеты), периодичность, преобладание лично значимой для читателя информации.

Глава 2. СОВРЕМЕННЫЕ ДЕТСКИЕ ГАЗЕТЫ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ

Исследователи детской прессы отмечают, что перемены общественно-политического и экономического характера начала 1990-х гг. привели к новым условиям существования детской журналистики, предопределили формирование, по сути, новой системы детских и юношеских СМИ¹. Изменения общественного строя диктовали потребность модернизации структуры прессы, и в этом контексте, подчёркивает В. В. Тулупов, «традиционная классификация, не учитывавшая типовых модификаций общеполитических, межотраслевых, специализированных газет, потребовала если не пересмотра, то концептуального уточнения»².

Профессор А. А. Грабельников отмечает, что отечественный информационный рынок заполнен зарубежными детскими и подростковыми изданиями, которые чувствуют себя здесь очень уверенно и имеют самые большие тиражи. Эти издания существенно отличаются от наших: здесь можно в избытке найти ту информацию, которая в российских журналах, считавших своей целевой аудиторией детей и подростков, строго дозировалась, – о любви, сексе, моде, поп-культуре, наркотиках, местах и способах развлечений³. Причём подаётся она очень вольно: под видом полового воспитания иногда публикуются откровенно растлевающие материалы⁴. Получается, что сегодня детям даже опасно читать многие детские издания: чужеродные установки обладают разрушительной силой. Основная проблема детской периодики сегодня – невостребованность

¹Руденко И. А. Детская и юношеская пресса / И. А. Руденко // Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С. 195–203.

²Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / Тулупов В. В. – Воронеж : Кварта, 2001. – С. 53.

³Например, одно из наиболее успешных издательств – «Эгмонт. Россия. LTD» – издаёт десять детских журналов («Дисней для малышей». «Винни Пух», журналы комиксов «Микки Маус», «Микки-детектив», «Русалочка», «Барби» и др). Издательский дом «Бурда» выпускает «Cool» и «Cool Girl» (с 1998 г.), имеющие самый большой тираж – 300 тыс.экз. (Для сравнения: тираж российских детских газет «Пионерская правда» – 15 тыс.экз., «Антошка» – 3-4 тыс.экз.).

⁴Грабельников А. А. Метаморфозы русской журналистики на пути к рынку. Публикации разных лет / А. А. Грабельников. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – С. 149–151.

читателем, неэффективность детской газеты как средства массовой информации признаётся даже практиками журналистики. Стремясь завоевать популярность, многие современные российские журналы и газеты подают мир как зрелище, в тотальном потоке информации, формируя так называемое «клиповое» мышление, где нет духовной вертикали, а есть визуально-информационная горизонталь. Закономерна потому постановка вопроса об эффективности такой политики.

Эффективность СМИ можно интерпретировать по-разному. Основным показателем рентабельности принято считать рейтинг того или иного издания, определяемый прежде всего размером аудитории. Вместе с тем высокий рейтинг далеко не всегда означает, что контент данного издания высокопрофессиональный и социально значимый. Проблема эффективности, как пишет Е. П. Прохоров, это, прежде всего, проблема прагматичной адекватности, т.е. расчёта каждого шага журналистской деятельности на конечный результат. По его мнению, массово-информационная деятельность включает три этапа: первый – отражение действительности, второй – создание текста произведения, третий – освоение произведения аудиторией¹. Создание журналистского произведения и процесс его восприятия, осмысления со стороны массовой аудитории, изменение её социального поведения под воздействием СМИ – таковы узловые проблемы эффективности журналистики². Детские газеты играют огромную роль в познании мира, в обеспечении динамичного общения, в поддержании социального равновесия, но в то же время они обладают разрушительной силой, если становятся инструментом манипуляции сознанием. Очевидно, что главным критерием эффективности детской журналистики вообще являются изменения, происходящие в сознании читателей, эмоциональных состояниях, волевых усилиях, в системе знаний, убеждений. Кроме того, характеристиками эффективности детской газеты могут служить отдельные

¹ Прохоров Е. П. Эффективность журналистики как объект социологического исследования / Е. П. Прохоров // Социологические исследования эффективности журналистики. – М., 1986. – С. 6.

² Там же. – С. 7.

выделенные в литературе психологические эффекты массовой коммуникации: утилитарный эффект (разрешение различных жизненных проблем); престижный эффект (удовлетворение от информации, поддерживающей цели и ценности социальной группы, к которой принадлежит реципиент); эффект усиления позиции (поддержка во мнении по спорному вопросу); эффект удовлетворения познавательного интереса; эмоциональный эффект (удовлетворение от эмоциональной разрядки); эстетический эффект (радость эстетического обогащения); эффект комфорта (удовлетворение от психологического комфорта)¹. Таким образом, понятие *эффективности* детской газеты в нашей работе определяется такими *показателями*, как социальная значимость контента, неукоснительное следование правовым и этическим нормам, популяризация приоритетов государственной политики в области просвещения и образования, удовлетворение психологических потребностей в познании окружающего мира, высокий уровень профессионализма и мастерства сотрудников детской редакции. Мы твёрдо уверены, что детская журналистика – это журналистика, ориентированная на культуру, духовность, на многополярный мир не останавливающейся в своём развитии цивилизации. Только такая журналистика способствует успешному формированию личности.

С 1991 г. идёт активный поиск новых моделей развития детской газеты. На российском газетном рынке сегодня формируется круг отечественных детских газет, возвращающих элитарность из области потребления в область общественных отношений, знаний, в мир культуры и искусства, что соответствует традициям отечественной периодики для детей и вписывается в контекст развития и поддержания российской детской прессы. Интенсивно происходит замена старых коммуникативных моделей, ориентированных на идеологические установки, на новые, диалоговые формы массового информационного общения. В этих условиях важно использовать все

¹Шерковин Ю. А. Возможные сопутствующие эффекты массовых информационных процессов и их социально-психологическая значимость/ Ю. А. Шерковин // Прикладные проблемы социальной психологии. – М., 1983. – С. 61–65.

возможности печати как публицистической и коммуникативной деятельности прежде всего в обогащении духовного потенциала подрастающих читателей, поэтому остро стоит задача изучения закономерностей формирования типологической структур существующих детских газет, комплексного характера их деятельности и модификации типа.

Анализируя возможные пути решения обозначенных проблем, автор диссертации видит четыре вида профилизации детской газеты, в контексте которых выделяет соответствующие им актуальные и эффективные для российского общества модели, возникновение которых обуславливается прежде всего концепцией редакционной политики, спецификой освещаемых явлений, кругом тем, степенью активности читателей в создании номера, формами работы редакции с детской аудиторией, а самое главное – востребованностью и информационными потребностями читателей. Учитывая психологические характеристики возраста читателей, обозначим место данной газеты в системе социальных отношений ребёнка (табл.2).

Таблица 2.

Концептуальные модели детских газет

<i>Профиль</i>	<i>Концептуальная модель</i>	<i>Место в системе социальных отношений читателя (образ коммуникатора)</i>	<i>Пример газеты</i>
Просветительство	Просветительская журналистика	«Газета-наставник»	«Пионерская правда»
Развитие	Развивающая журналистика	«Газета-старший друг»	«Золотой ключик», «Ровесник»
Социализация	Диалогичная журналистика	«Газета-собеседник»	«Юношеская газета»
Рекреация	Рекреационная журналистика	«Газета-ровесник»	«Незнайка»

Названные модели – закономерный результат процесса эволюции детской газеты как типа. Концептуальная модель проявляется через

профильные черты (функционально-целевое назначение, проблемно-тематическая направленность, тип читательской аудитории, образ коммуникатора (газеты), характер взаимоотношений и формы связи с аудиторией). Каждая концептуальная модель «программирует» читателя, конкретизируя доминирующие векторы чтения. Особо подчеркнём, что примеры газет определялись с учётом перечисленных выше признаков эффективности, тираж газеты существенного значения не имел. Подробно профильные характеристики каждой модели рассмотрены в отдельных параграфах ниже.

2.1. Просветительская журналистика для детей: информационно-публицистический аспект (на примере газеты «Пионерская правда»)

Функционально-целевое назначение

Каждое последующее поколение обновляет предыдущее за счёт своей созидательной деятельности. Сегодня мы наблюдаем процесс резкого снижения уровня общезначимых ценностей, норм, вследствие чего социум погружается в кризисное положение, что, соответственно, негативно влияет на поведение аудитории. Московский исследователь С. П. Суворова утверждает, что для обеспечения «бесперебойного» функционирования массового сознания общества в качестве механизма его саморегуляции должна быть востребована к жизни просветительская деятельность, которая реализуется через различные социальные институты (театры, кинотеатры, музеи и библиотеки, научные сообщества, туристические центры и т.п.), а также и через СМИ, в которых становится одной из функций журналистики¹. Л. Г. Свитич среди наиболее важных функций журнализма выделяет функцию просвещения, распространения знаний, которая призвана

¹Суворова С. П. Реализация просветительской функции журналистики в современных общероссийских газетах : дис. ...канд. филол. наук : 10.01.10 / Суворова Софья Петровна. – М., 2006. – С. 21.

регулировать нравственное здоровье людей. На метауровне функция просвещения – это распространение знаний о закономерностях развития Вселенной; на мегауровне – распространение знаний о развитии Земли, её истории, культуре, науке; на макроуровне – распространение знаний о стране, её истории, культуре, науке; на мезоуровне – распространение знаний об истории и культуре, науке региона¹. Московские учёные Г. В. Лазутина и С. С. Распопова считают, что уместнее вести речь о «культурно-просветительской» журналистике, так как, с их точки зрения, это несколько более широкое понятие². Задачи и культурно-просветительской, и просветительской журналистики схожи: повышение культурного уровня читателей, их образованности, воспитание эстетического вкуса, удовлетворение потребности в саморазвитии, поэтому нам представляется более целесообразным употреблять термин «просветительская журналистика» в его традиционном и всеохватывающем значении. В связи с этим будет полезным обратиться к уже упоминаемой нами работе С. П. Суворовой, посвящённой постижению сути просветительской деятельности вообще и просветительства с помощью СМИ в частности³. По мнению учёного, просветительская функция журналистики – особая её обязанность в системе СМИ, в просветительских материалах внимание авторов сосредотачивается на проблемах духовного творчества, духовного поиска; новых и неизвестных аудитории тенденциях, идеях, явлениях духовной сферы⁴. Особенно актуально это звучит применительно к прессе для детей. Дети более чем кто-либо стремятся к познанию мира, нуждаются в формировании способности понимать и правильно оценивать не только происходящие события, но и продукты человеческого труда, поэтому назначение детской газеты в данном случае – ориентировать подрастающее

¹Свитич Л. Г. Введение в специальность : профессия – журналист : учеб. пособие / Л. Г. Свитич. – М. : Аспект Пресс, 2012. – С. 50–57.

²Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – С. 199–269.

³См.: Суворова С. П. Реализация просветительной функции журналистики в современных общероссийских газетах : дис. ...канд. филол. наук : 10.01.10 / Суворова Софья Петровна. – М., 2006. – 232 с.

⁴Там же. – С.37.

поколение в духовных богатствах, накопленных обществом, и давать оперативное знание об их приросте и возможностях применения. «Перевод» важнейших компонентов интеллектуального, культурного слоя общественной жизни на язык детской аудитории, возможность постижения смысла многочисленных научных, культурных достижений происходит в рамках просветительской журналистики, готовой «навести мосты» между континуумом специализированных информационных продуктов и массовыми информационными потоками, адресованными детскому сообществу.

С. П. Суворова уверена, что просветительство во всех типах газет следует осуществлять через информирование, поскольку зачастую задача журналистов сводится именно к оповещению аудитории о том, что происходит в области науки, искусства, культуры¹. В детских газетах задача просветительства, на наш взгляд, значительно расширяется и затрагивает также публицистический аспект.

Реализацию такой концептуальной модели рассмотрим на примере всероссийской детской газеты «Пионерская правда»², проанализировав для полноты картины все номера, вышедшие за 2010 г.

Целевая аудитория издания: дети и подростки 9 – 16 лет, лидеры детских общественных организаций. Постоянные рубрики: «*Мой сверстник*», «*Вместе весело!*», «*Мисс Очарование*», «*Моя малая Родина*», «*Где были? Что видели?*», «*Давай поспорим!*», «*Пестрая лента*», «*Про маленьких*», «*Учиться? Пригодится!*», «*Ручная работа*», «*Очень нужен ваш совет*», «*Имею право!*», «*Свет надежды*», «*Пробуем перо*», «*Пошелестим страницами*», «*Ася и Клава*» и др. Сегодня газета отказалась от политики: концепция редакции основана на идее активного сотрудничества газеты как с другими компонентами СМИ (журналами, теле- и радиожурналистикой), адресованными юной аудитории, так и с различными социальными

¹ Там же. – С.41.

² См. Приложение №2.

институтами, принимающими участие в педагогическом процессе (образованием, наукой, культурой, классической и современной детской литературой). Это способствует процессу социализации детей и подростков, воспитанию всесторонне развитой личности. Надо сказать, что главным своим делом газета всегда считала воспитание образованных, культурных, честных юных граждан страны. Преемственность с «Пионерской правдой» советского периода реализуется в рубрике «Привет, мальчишки и девчонки», регулярно появляющейся на последней, 8-й полосе с 1992 г. Она содержит стихотворения, отрывки из писем, которые присылали читатели газеты 40-50 лет назад. У газеты есть специализированные приложения: «Юная Москва» и «Олимпионик», к функциям и содержанию которых мы вернёмся в 3 главе.

«Пионерская правда» – яркое и красочное издание. Бытует мнение (даже в среде профессиональных журналистов), что дети – аудитория непритязательная, а потому возможна более примитивная художественная форма подачи материала. Однако сложность работы в этой сфере увеличивается во много раз: нужно не только оперативно сообщать обо всем новом – это должно быть интересно, достоверно, полезно, необходимо, актуально для юного читателя, с обязательным сохранением принципа научности. Консультанты газеты – специалисты из разных областей¹. Подобного рода экспертно-консультативный подход – действительно высший пилотаж в журналистике вообще.

Проблемно-тематическая направленность

В детской газете просветительство выступает как одна из функций журналистики, имеет целевой характер и реализуется через совокупность определённых тематических направлений, в «Пионерской правде» это: *спортивное и патриотическое* (кураторы Тамара Кузнецова, Илья Смирнов), *культурно-образовательное* (куратор Татьяна Кудрявцева), *литературно-*

¹ См., например: Илюхин А. А. Карт – не "детский" автомобиль //Пионерская правда. – 2010. – 21 мая.
А. А. Илюхин – старший преподаватель кафедры теории и методики прикладных видов спорта и экстремальной деятельности Российского государственного университета физической культуры, молодежи, спорта и туризма.

художественное творчество (детские писатели и поэты, дети), *медиаобразование* (куратор Елена Усачёва), *рекреативное* (дети, журналисты).

1. В русле **патриотического направления** газета инициирует проекты, связанные с изучением истории родного края, своей малой Родины. Например, в мае 2010 г. редакция «Пионерской правды» запустила проект «На карте Отечества», цель которого – рассказать читателям об истории, культурных ценностях разных уголков России¹. Размещаются эти материалы традиционно на второй полосе в рубрике «Моя малая Родина». В №18 дебютирует Мурманская область, №19 рассказывает об Архангельской², Нижний Новгород появляется в №20-м³. №22 посвящён Псковской области⁴, №30 – Волгоградской⁵. Для всех материалов характерна особая мозаичность, проявляющаяся в свободном выборе жанра: легенды, сочинения, рассказы, детские стихи, фоторепортажи, заочные экскурсии и просто письма. Каждая статья открывается крупным репортажным фото областного центра или крупного города с его основными достопримечательностями. Среди авторов не только дети, но и взрослые: редакция связывается с краевыми, городскими, областными детскими центрами.

В 2009 г. в газете стартовал специальный проект «По страницам истории "Пионерской правды"». Рубрика так и называлась; её дизайн включал логотип «Пионерской правды», характерный для того года, о котором будет идти речь в конкретном номере⁶. Содержание рубрики весьма разнообразно: письма учеников того времени (орфография и пунктуация сохранены), заметки о школьных состязаниях, конкурсах, рассказы о героических поступках. Встречаются и размышления исповедального характера: «Один

¹ Пионерская правда. – 2010. – 14 мая.

² Пионерская правда. – 2010. – 21 мая.

³ Пионерская правда. – 2010. – 28 мая.

⁴ Пионерская правда. – 2010. – 11 июня.

⁵ Пионерская правда. – 2010. – 13 августа.

⁶ См. например: Двадцатые // Пионерская правда. – 2009. – 4 декабря. – С. 8; Тридцатые // Пионерская правда. – 2009. – 11 декабря. – С. 8; Сороковые // Пионерская правда. – 2009. – 18 декабря. – С. 8; Сороковые // Пионерская правда. – 2010. – 8 января. – С. 8; Пятидесятые // Пионерская правда. – 2010. – 15 января. – С. 8; Шестидесятые // Пионерская правда. – 2010. – 22 января. – С. 8.

раз я задумался: почему меня зовут "стилягой"?»¹. Отличительной чертой является традиционное обращение к редакции: «Дорогая редакция!», «Уважаемые товарищи!» и т.д. Много статей о жизни детей в современном обществе: один из номеров посвящён празднованию 50-летия «Орлёнка»². Систематически сообщаются сведения о деятельности Союза пионерских организаций – Федерации детских организаций (СПО ФДО).

2. Второе направление – *культурно-образовательное*. Культурный слой общественной жизни – это вся совокупность духовных и материальных ценностей, созданных человечеством за время существования и непрерывно прирастающих новыми³. Духовные ценности – это традиционно искусство, художественная литература, а также многогранная (по преимуществу профессиональная) деятельность – наука. Газета приучает детей к последовательному постоянному чтению, формируя стойкую привычку «общения» с литературой. Вместе с Российским Фондом Культуры и Советом по детской книге России «Пионерская правда» проводит Всероссийский детско-юношеский литературный конкурс «Пробуем перо» для юных писателей 9 – 16 лет, цель которого – духовно-нравственное и патриотическое воспитание детей и подростков. На конкурс представляются литературные произведения на русском языке (рассказы, повести, стихи, поэмы, пьесы и т.д.), созданные и написанные самими детьми и подростками без участия взрослых (родителей, педагогов и т.д.). Интересно, что редакция газеты даёт возможность любому читателю заочно стать членом жюри конкурса, оставив свои замечания на сайте «Пионерка.ru». Кроме того, детско-юношеская редакция «Пионерской правды» традиционно составляет основу детского жюри Международного конкурса имени Сергея Михалкова на лучшее художественное произведение для подростков. Тематические литературные полосы также выступают как компонент содержательной

¹ Пионерская правда. – 2010. – 29 января. – С. 8.

² Пионерская правда. – 2010. – 2 июля.

³ Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – С.200.

модели газеты в аспекте культурно-образовательного направления. Например, в №4 целая полоса посвящена жизни и творчеству А. П. Чехова: «Родился я в Таганроге...»¹; часто публикуются кроссворды по сказкам, сканворды по художественным произведениям, авторами которых являются читатели.

Пожалуй, «Пионерская правда» – единственная газета, где юные читатели могут познакомиться с жанрами литературно-художественной критики, правда в их «детской» обработке. Так, *рецензия* в теории журналистики традиционно понимается как аналитический текст, рассматривающий и оценивающий художественное явление в сфере литературы, музыки, живописи, театра или кино². Вместе с тем, адресованная детской аудитории, рецензия не только знакомит с произведением или писателем, способствует постижению глубины авторского замысла, но и привлекает юное поколение к чтению тех или иных произведений художественной литературы, просмотру новых познавательных фильмов. Например, литературная рецензия Николая Красильникова на книгу Леонида Мезинова «Лучшая собака в мире» содержит творческую биографию писателя, сюжет и анализ рассказа и т.д.³. Библиографический отдел представлен практически в каждом номере. Постоянная рубрика газеты «Пёстрая лента» включает минирецензии на вышедшие мультфильмы и фильмы: например, «Превращение в лягушку и обратно»⁴ – монорецензия на мультфильм «Принцесса и лягушка», в которой автор подробно останавливается на профессионализме режиссеров (Рон Клементс и Джон Маскер), на характере персонажей, на технике создания фильма (рисованная анимация); киорецензия на фильм «Ученик чародея»⁵. То пространство текста, которое создается автором на основе его собственных ценностных ориентаций, его собственных интеллектуальных и эмоциональных запасов –

¹ Пионерская правда. – 2010. – 29 января.

² Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – С. 223.

³ Пионерская правда. – 2010. – 13 августа.

⁴ Усачёва Е. Превращение в лягушку и обратно // Пионерская правда. – 2010. – 5 февраля. – С. 5.

⁵ Усачёва Е. Сколько весит колдовство? // Пионерская правда. – 2010. – 10 сентября. – С. 5.

оценочный компонент рецензии. Оно по определению индивидуально и по определению дискуссионно. Журналист не может отказаться от необходимости дать аудитории знание об артефакте, но не может избавиться и от неизбежности высказать о нём своё собственное мнение, поэтому хорошая рецензия всегда публицистична. Это очень важно для детской аудитории: публицистический аспект позволяет расширить рамки обсуждаемого явления, рассмотреть его в плоскости актуальных социальных проблем, ведь журналист оценивает не только отдельное произведение, работу одного автора (или коллектива), а ту тенденцию, которая обнаруживает себя во всех рассматриваемых артефактах как линия развития данного рода творческой деятельности. Так, журналист Илья Смирнов в проблемной статье «Аватар – 1968» замечает относительно фильма «Аватар»: «В фильме Джеймса Кэмерона есть тема для серьезного обсуждения на уроках биологии, истории, географии, физики... А в кино главное все-таки не техника. Главное – люди. Такие герои, которым можно сочувствовать и подражать»¹. Ещё один материал, посвящённый этому фильму, но касающийся в основном сюжета, съёмок, актёров, техники кино, принадлежит перу Елены Усачёвой².

Особенно ценными являются *проблемные статьи*, требующие от журналиста всестороннего, глубокого изучения вопроса, компетентности, инициативы, смелости. Они помогают детям, создавая панораму той или иной сферы культурной жизни общества, ориентируют аудиторию (и детей, и родителей) на критический анализ предлагаемых артефактов, на осознание их значения, их места в культуре общества, их влияния на социальные процессы. Вопросы, анализируемые в них, часто вырастают из «детских». Однако навязчивой дидактики нет, текст строится как рассуждение, призывающее включиться в разговор, высказать свою точку зрения, но вектор изначально задаётся журналистом. Так, в проблемной статье «Вместо

¹Смирнов И. Аватар – 1968 // Пионерская правда. – 2010. – 5 февраля. – С. 6.

²Усачёва Е. Человек, покоривший стихии. Серил "Аватар: Легенда об Аанге" // Пионерская правда. – 2010. – 6 августа. – С. 5.

урока – кино?» обсуждается просьба режиссера Светланы Дружининой к бывшему Министру образования РФ А. Фурсенко включить последний фильм цикла «Виват, Анна!» в школьную программу¹. Вот как комментирует этот шаг журналист: «Пока неизвестно, что ответил на просьбу режиссера министр образования. Но... Может, всё-таки не стоит использовать историко-фантастическое кино как наглядный материал для изучения школьных тем? Лишь как дополнительный». Обращение, по сути, направлено не к детям, а к общественности: родителям, педагогам. Привлекает внимание и статья о президенте Боливии Эво Моралесе: «А вот его [Э.М.] соображения насчёт того, как и чему следует учиться: "Чтобы молодежь наша не шла исключительно на факультеты права и политических наук. У нас и так много адвокатов, а нужны технические профессии и точные науки: алгебра, химия, физика... ". Как будто и не про Боливию 150 лет назад, а про современную Россию сказано, правда?»².

Ещё один жанр, который имеет свою нишу в жанровой структуре газеты, – *путевой очерк*, авторы которого – дети. Путевой очерк рождается в результате непосредственного контакта автора с определённым пластом «культурного слоя» общественной жизни. Он содержит в себе, помимо объективных характеристик культурных ценностей, непосредственные впечатления от контакта, придающие артефактам новизну и субъективную значимость. Примером могут служить путевые очерки школьников «Самое низкое место на суше»³, «Жизнь без холодильника, полная ссадин и приключений» о путешествии во время летних каникул по Европе⁴.

В газете находят отражение тексты, опосредующие отношения общества и науки. Основной принцип научной популяризации может быть сформулирован так: то, что открыто только посвящённым, требуется

¹ Усачёва Е. Вместо урока – кино? // Пионерская правда. – 2010. – 15 января. – С. 6.

² Смирнов И. Президент, друг индейцев // Пионерская правда. – 2010. – 29 января. – С. 4.

³ Пионерская правда. – 2010. – 4 июня.

⁴ Пионерская правда. – 2010. – 3 сентября.

превратить в понятное для непосвящённых¹. Детская аудитория воспринимает такие материалы с интересом, в каком бы формате они ни были представлены, в каком бы канале коммуникаций ни появлялись. Самые «работающие» жанровые модели в нише просветительской журналистики – *научно-популярная статья и научно-популярный очерк*. Научно-популярная статья – постоянный компонент жанровой структуры «Пионерской правды»². Это наглядный пример того, как журналистика играет роль «медиатора», посредника, обеспечивающего диалог между неблизкими сферами бытия: наукой и детским социумом. Создание увлекательного произведения на материале науки требует от корреспондента детской газеты не просто высокого профессионализма, но и соответствующей адаптации для аудитории.

3. Проблема формирования мировоззрения у детей и подростков не теряет актуальности, так как собственная точка зрения на политические, религиозные, культурные события предполагает наличие знания. Учёные справедливо констатируют, что сегодня иметь собственное мнение – время – и трудозатратное занятие, гораздо легче транслировать чужое суждение о событии, которое упаковано в информационном сообщении³. Однако медиакомпетентность растёт медленнее, чем объём информации. Не случайно именно на СМИ возлагается ответственность за адекватное, сбалансированное отражение разнообразных ситуаций. Внимательное изучение рецензий позволяет увидеть стремление авторов-журналистов подготовить человека, способного *критически* оценивать не только происходящие события, но и продукты человеческого труда, разного рода артефакты: новинки литературы, новые песни, клипы, новые фильмы и

¹Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – С. 229.

² См.: Усачёва Е. Под шляпой волшебника // Пионерская правда. – 2010. – 4 июня. – С. 4; Кудрявцева Т. Цветочный верный часовой // Пионерская правда. – 2010. – 9 июля. – С. 4; Смирнов И. По индейской тропе // Пионерская правда. – 2010. – 11 июня. – С. 4; Кудрявцева Т. Ух, какая высота, ах, какая красота! // Пионерская правда. – 2010. – 21 мая. – С. 5; Кудрявцева Т. По подсказке умелых эльфов // Пионерская правда. – 2010. – 29 января. – С. 4.

³Хорольский В. В. Медиаобразование как проблема теории журналистики / В. В. Хорольский // Современные проблемы журналистской науки : сб. научн. статей. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С. 145.

мультфильмы. Эту тенденцию, по нашему мнению, следует рассматривать в русле *медиаобразования* как особого направления работы редакции. Журналисты «Пионерской правды» помогают детям увязывать явления художественной жизни (литературной, музыкальной, театральной и т.д.) с реальностью, с актуальными вопросами времени и в то же время оставляют возможность для самостоятельного принятия решения, показывают варианты действий, которые ребёнок может либо отвергать, основываясь на собственном опыте, своих моральных убеждениях, либо принимать как легитимные с точки зрения нравственности. Наличие подобных материалов можно расценивать как элементы медиаобразования. Ценно, что «Пионерская правда» ориентирует своих читателей и в море информационных и музыкальных Интернет-ресурсов¹.

Парадоксы и сложности детской прессы проявляются не только на уровне текста. Ключевое значение имеет кадровый состав, сотрудники редакции, чей профессионализм во многом определяет лицо газеты. Чтобы быть услышанным в сфере культурно-просветительской журналистики, будь то литературно-художественная критика или научная популяризация, требуется гораздо более высокий исходный уровень компетентности. Уже одно то, что журналисту данного профиля необходимо выявить в процессе пополнения «культурного слоя» те события, которые требуют внимания широкой аудитории и потому их нельзя пропустить, – задача не из легких. Ведь этот процесс нескончаем: постоянно выходят фильмы и мультфильмы, появляются новые книги, компьютерные игры, постоянно идут научные исследования самого разного свойства. Однако роль журналиста, работающего в детском издании, не может быть сведена к работе диспетчера по отбору какой-либо информации. Мало быть в курсе дел, нужно обладать эрудицией, вкусом, знать законы восприятия, возрастную психологию. Качество статей «культурного пространства» «Пионерской правды»

¹См., в частности: Чипуренко Е. Разгадки близко // Пионерская правда. – 2010. – 25 июня. – С. 3; Как под музыку испечь пиццу и получить твидики! // Пионерская правда. – 2010. – 29 января. – С. 3.

справедливо характеризует их авторов как специалистов, обладающих и широким кругозором, и глубокими специальными познаниями, и высокой культурой.

4. Следующее направление – *литературно-художественное творчество*: стихи, истории о своих учителях и школьной жизни. Примечательно, что на полосах газеты публикуются рассказы известных и начинающих писателей¹. Это направление исторически восходит к образцовым публицистическим традициям отечественной журнальной периодики, возрождая беллетристическую составляющую детского издания.

5. В рамках *рекреативного* направления редакция публикует скороговорки, шуточные рассказы, кроссворды, квадрасловы, головоломки, метаграммы, загадки, анекдоты (рубрика «Ха-ха-ния»). Особо остановимся на том, что увлекательность и развлекательность – понятия разные, хотя и восходят к одному корню. Увлекательность сообщает процессу переработки информации многогранность, многослойность, включает в него все сферы личности, все уровни психики – способствует развитию человека. Развлекательность же позволяет доставить адресату информации сиюминутное удовольствие. В русле просветительской журналистики целесообразно говорить именно об увлекательности.

6. *Спортивное направление* газеты реализуется в рамках приложения «Олимпионик», к анализу которого мы обратимся в следующей главе.

Происходящие в России активные изменения затрагивают духовно-нравственную сферу, оказывают влияние на отношение общества к семье, браку. Видные деятели культуры и искусства, социологи, психологи, политики в своих выступлениях употребляют сочетание «кризис семьи», характеризуя его как кризис социального института, системы ценностей. Дети очень часто оказываются «лишними» и потому нуждаются в

¹См., например: Коржиков В. Горькое имя // Пионерская правда. – 2010. – 12 февраля. – С. 7; Георгиев С. У нас в 5-м «Б»// Пионерская правда. – 2010. – 22 января. – С. 5; Ярцева Е. История про битую сливу, полные животы вишни и яблокосборники // Пионерская правда. – 2010. – 13 августа. – С. 7.

квалифицированной психологической помощи, хотя стесняются в этом признаться. Современные СМИ могут скорректировать негативные процессы и тенденции, либо, наоборот, усугубить их. В «Пионерской правде» часто появляются письма детей, где они спрашивают совета, рассказывают о своих желаниях. Такая «исповедь» позволяет сделать вывод о том, что газета пытается выполнять очень важную *функцию общения*, аккумулируя размышления самих ребят о жизни, важных общественных проблемах. Рубрики «Очень нужен ваш совет», «Трудно новеньким быть» ведут практикующие психологи, в газете публикуется детский телефон доверия¹.

Подводя итоги, отметим следующие достоинства «Пионерской правды» как показательной концептуальной модели реализации просветительской журналистики в детской газете:

- просветительство доминирует и реализуется в разнообразных жанрах;
- литературно-художественная критика;
- беллетристический и библиографический отделы;
- разнообразная тематика и дифференцированное содержание,
- литературный язык,
- консультанты газеты – известные поэты, писатели, художники, психологи и другие специалисты,
- высокий профессионализм журналистов;
- широкий охват территории (Россия и СНГ),
- «Пионерская правда» претендует на статус газеты для семейного чтения (много материалов для совместного обсуждения),
- конвергентность (Интернет-портал «Пионерка.ru»),
- отлаженный механизм «обратной связи» (Интернет-портал, традиционные письма),

Нужно отметить, что «Пионерская правда» стремится стать «государственной» детской газетой: её материалы направлены на

¹ См., например: Пионерская правда. – 2010. – 29 января. – С. 6.

формирование имиджа страны, заботящейся о детях. Острых, полемичных материалов в газете нет.

В качестве пожелания: название газеты – «Пионерская правда» – свидетельство устойчивых традиций детской отечественной журналистики. Однако нынешняя информационная ситуация такова, что это словосочетание рождает в подсознании противоречивые ассоциации, что в конечном счете определяет выбор юного читателя, для которого слово «пионер» – часть очень далекого прошлого, многим современным школьникам, увы, вообще незнакомого. Без сомнения, проведение ребрендинга не должно идти в разрез со сложившейся концепцией. Но компромисс найти можно. Как это сделала газета «Ленинские искры» (с 1924 г.), изменив в 1992 г. своё название¹. Представляется целесообразным и изменение маркетинговой политики (пока издание распространяется только по подписке, и это обстоятельство заведомо лишает потенциального читателя (и его родителей) возможности познакомиться с газетой). Следует обратить внимание и на дизайн: сочетание противоположных насыщенных тонов зачастую создаёт ощущение хаотичности на полосе, мешает сосредоточиться на важном материале, формирует у юных читателей стереотип, что газета для маленьких.

Тип читательской аудитории

Читателей «Пионерской правды» можно описать как *аудиторию с преобладающим информационно-познавательным мотивом*. Они стремятся изучить накопленный человечеством опыт в разных сферах науки, культуры, искусства, получить знания о мире, их привлекает информация о социальных событиях и явлениях. Эти читатели умны, начитанны, любопытны, эрудированны, равнодушны, имеют собственное мнение, любят свою страну, рассматривают газету как источник объективной информации, ценят достоверность и обстоятельность. Им важно всегда иметь газету под рукой, поэтому подписка для них удобна. Это идеальный образ

¹См. подробнее об этом: Петрова О. А. Детская журналистика : учеб.-мет. пособие / О. А. Петрова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. – С.77.

будущего достойного гражданина великой страны, своего рода *элитный* юный читатель – именно на него и делает ставку редакция газеты. Тираж 15 тыс. экз. говорит о том, что такие читатели в России пока есть.

Образ коммуникатора (газеты)

С позиций просветительской журналистики в системе социальных отношений ребенка-читателя газета, по нашему мнению, выступает в амплуа «наставника»: редакция доминирует в своих отношениях с аудиторией и её коммуникативное воздействие ощутимо. В соответствии с этим можно выделить такие характеристики газеты как коммуникатора: компетентность, (когнитивный аспект), искренность, объективность, убежденность (эмоциональный аспект), умение донести свои знания, мысли, взгляды до юного читателя и воздействовать на него (поведенческий аспект). Все эти характеристики – признаки концептуальной модели просветительской журналистики для детей.

Характер взаимоотношений с аудиторией

Аудитория СМИ тонко чувствует отношение коммуникатора к себе. Н. Н. Богомолова, разрабатывая социально-психологическую модель коммуникатора, выделяет несколько схем, через которые могут проявляться отношения коммуникатора с аудиторией с точки зрения коммуникативного воздействия¹; применительно к модели просветительской журналистики они разворачивается в плоскости «коммуникатор (газета) – сообщение», так как доминирующим в комплексе средств просветительской деятельности детской газеты выступает именно контент, включающий информирование, популяризацию, критику.

Формы связи с детской аудиторией традиционны и во многом исторически обусловлены; газета организует школы юных корреспондентов, литературные ассамблеи; конкурсы, проводимые «Пионерской правдой» в XXI в., имеют такой же успех, как и все, что организовывала газета за все

¹Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Н. Н. Богомолова. – М. : Аспект Пресс, 2010. – С.102.

годы своей жизни: так, редакция возродила и проводит Всероссийские соревнования по лыжным гонкам, отчёты о соревнованиях помещаются в приложении «Олимпионик». Сотрудничество с комитетом по делам молодежи Московской области и создание собственного портала «Пионерка.ru» также можно рассматривать как особые формы общения с детьми и молодежью.

Таким образом, просветительская модель детской журналистики (вариант «взрослые и дети для детей») должна строиться на побуждении подрастающего поколения к нравственному, интеллектуальному обогащению и соответствовать гуманистическим тенденциям общественного развития, поэтому может быть отнесена к тем **информационно-публицистическим газетам**, функционально-целевая предназначенность которых – сообщать об окружающем мире (науке, культуре, искусстве), формировать общественное мнение, влиять на сознательный выбор средств решения личных, социальных и др. проблем, а самое главное – создавать здоровые условия для нравственного развития юных читателей.

2.2. Развивающая журналистика для детей: специфика региональных газет (на примере липецкой областной детской газеты «Золотой ключик», тамбовской областной школьной газеты «Ровесник»)

Функционально-целевое назначение

Московский учёный Е. О. Смирнова констатирует главную парадоксальную особенность современности – противоречие между возрастающей значимостью детства и полным игнорированием специфики детского возраста¹. Ассортимент товаров и услуг для детей растёт быстрее, чем другие сегменты рынка, но подавляющее большинство этих товаров и продуктов (в особенности информационных), как правило, полностью игнорирует специфику детства. Вместе с тем налицо признаки

¹Смирнова Е. О. Современная детская субкультура в аспекте психологии развития ребенка / Е. О. Смирнова // Вопросы психического здоровья детей и подростков. – М., 2009 (9). – №2. – С.44–52.

искусственного «овзроslения»: и в изменении внешнего облика маленького ребёнка, и в увлечении ранним обучением. Однако повышенная требовательность к умственному развитию и к учебным навыкам малыша, замечает исследователь, сочетается с чрезмерно бережным, щадящим отношением к его телесности и самостоятельности. Дети ограждены от любых рисков, они живут под защитой взрослых, как под колпаком, отгораживающим их от реальной жизни. Данная ситуация исключает развитие мотивационно-волевой сферы, самосознания и личности в целом¹. Исследователь выделяет еще одну общую тенденцию – *потерю смыслов детской деятельности*², СМИ воспринимаются детьми не как средство получения информации или приобщения к широкой действительности, а лишь как источник сенсорных впечатлений.

Развитие, согласно философскому определению данного понятия, это всегда возникновение нового качества, появление чего-то *качественно* нового. В приложении к детскому развитию это означает появление новых способностей, желаний, интересов, мотивов, детской инициативности и самостоятельности. Мы уверены, что информационное окружение ребёнка должно создавать условие для его развития. Под *развитием* мы подразумеваем процесс формирования личности, совершающийся путём возникновения на каждом возрастном этапе новых качеств, специфичных для человека, подготовленных всем ходом взросления, но не содержащихся в готовом виде на более ранних ступенях³. Растущие люди, по мнению ярославского исследователя С. И. Ежовой, в современной ситуации оказались в исключительно трудном положении, потому что их потребность в приобщении, причастности к обществу, стремление к самоутверждению, самосовершенствованию, с одной стороны, стимулируется происходящими сейчас процессами, с другой – жестко сталкивается с отсутствием: а)

¹Там же.

²Там же.

³Выготский Л. С. Проблема возраста /Л. С. Выготский // Собрание сочинений : в 6 т. / Л. С. Выготский. – М. : Педагогика, 1984. – Т.4. – С. 244–268.

понимания, уважения со стороны взрослого общества, б) условий для реального выхода детей на серьезные дела общества¹. Данное противоречие приводит к острому внутреннему конфликту и искусственной задержке личностного развития растущих людей, лишая их возможности занять активную социальную позицию. Возможный выход из данной ситуации мы видим в активном включении ребёнка в информационно-коммуникативную деятельность и тем самым в социальное творчество, что, в свою очередь, приведёт к выработке новых форм межличностной и социальной коммуникации, восприятию массмедиа и реальности в целом. Информационная культура находится в основании коммуникации как базовой операции социальной системы. Как отмечает А. Г. Асмолов, в процессе коммуникации происходит «означение» индивидуальных свойств человека, их сигнификация и символизация². Канадский исследователь Г. М. Маклюэн обратил внимание на значимость психологической составляющей средств коммуникации: они как продолжение органов восприятия и соответствующих функций входят в структуру личности, определяют особенности её мировосприятия и деятельности³. Чтобы информационное просвещение было действительно эффективным, оно должно опережать собственное развитие ребёнка и не только отвечать на уже поставленные им вопросы, но и предвосхищать их, помогать ребёнку правильно поставить, сформулировать их. Концепция *развивающей журналистики* основана на идее развития личности ребёнка, осуществляемом с помощью детских СМИ. В диссертации А. Г. Когатько «Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования» мы встречаем идеологически близкий нам термин «развивающее телевидение для детей»⁴. Исследователь формулирует базовые положения оптимальной

¹Ежова С. И. Самоактуализация подростков средствами периодической школьной прессы : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01/ Ежова Светлана Ивановна. – Ярославль, 2005. – С.47.

²Асмолов А. Г. Психология личности / А. Г. Асмолов. – М. : Изд-во МГУ, 1990. – С.143–144.

³Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М. : «Гиперборей», «Кучково поле», 2007. – С. 123.

⁴Когатько А. Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Когатько Анна Геннадиевна. – М., 2006. – С. 15.

модели детского телевидения, указывает его социальные функции и принципы деятельности, преимущественное внимание уделяя духовному становлению, интеллектуальному развитию, физическому и социальному воспитанию. В нашем понимании развивающая пресса для детей должна объединять и адекватно сочетать все аспекты познавательной деятельности ребёнка *с обязательным его включением в созидательную творческую деятельность.*

В качестве показательной концептуальной модели «развивающая журналистика» мы рассмотрим модель липецкой областной детской газеты «Золотой ключик»¹ и проанализируем, на каких принципах развивающей журналистики базируется программная политика редакции (был проанализирован массив публикаций за 2012 г). Аудитория – школьный возраст (7-15 лет), согласно возрастной периодизации – младший школьный возраст, младший подростковый и старший подростковый возраст; приложение «На вырост!» ориентируется на молодых людей 16-17 лет.

Проблемно-тематическая направленность

Сущность развивающей журналистики соотносится с общей концепцией издания и проявляется в газете с учётом направлений работы редакции. Рассмотрим их.

1. Информационное направление «Я и мир вокруг» реализуется в регулярной рубрике «Спешим сообщить!», которую по содержанию можно считать официальной, так как здесь сообщаются события городской жизни, связанные с жизнью детей (походы, итоги олимпиад, конкурсов). Цели: пропаганда здорового образа жизни, моделирование привлекательного имиджа администрации города, области, популяризация знаний². Систематически идёт освещение итогов Всероссийской олимпиады

¹ См. Приложение №2.

² См., например: Как чествовали победителей // Золотой ключик. – 2012. – 26 июня. – С. 2; О ЕГЭ и выпускных баллах// Золотой ключик. – 2012. – 26 июня. – С. 3; Подарки, поездки, спектакли //Золотой ключик. – 2012. – 12 июня. – С. 3; Смена юных спасателей //Золотой ключик. – 2012. – 29 мая. – С. 2; Что такое толерантность? // Золотой ключик. – 2012. – 29 мая. – С. 3; Почётный гость гимназии// Золотой ключик. – 2012. – 3 апреля. – С. 4; Кому Алексей Васильевич передаст пеликана? // Золотой ключик. – 2012. – 20 марта. – С. 3-4.

школьников (муниципальный, региональный, всероссийский этапы)¹. Многие материалы подготовлены юными корреспондентами.

2. Образовательное направление представлено регулярной тематической рубрикой «Хочу быть грамотным». Содержание: правила русского языка. Рубрику ведут сказочные герои: тётушка Орфографушка и Славик-Словарик. Рубрика построена в виде диалога Коли с Олей, допускающих много ошибок. Выполняя задания, они вместе с читателями постигают секреты русского правописания. Например, на протяжении нескольких номеров печатается «История четвёртая, спортивно-морфологическая» (автор – канд. пед. наук Н. В. Семенюченко), которая в увлекательной форме рассказывает о правописании частей речи². Все правила красочно оформлены, их можно даже вырезать и вложить в тетрадь по русскому языку.

3. Культурно-просветительское направление реализуется в рубриках «История вещей», «Беседка», «Кто вперёд?», где содержатся интересные познавательные рассказы научно-популярного характера³. Ведущий – кот Федот, «который в областной детской библиотеке живёт». В рамках этого направления газета осуществляет информационную поддержку в проведении конкурсов для школьников, например, областного творческого конкурса «Наш Пушкин»⁴. Данный вектор редакционной политики газеты отражает преемственную связь с отечественными детскими просветительскими журналами конца XVIII – XIX вв.

4. Аксиологическое направление целесообразно рассмотреть в двух аспектах:

1) *Воспитание любви к своей стране* – «*Страна, которой я горжусь*»: освещение акций, посвящённых крупным историческим датам,

¹ Например: Умники и умницы Липецкой области // Золотой ключик. – 2012. – 6 марта. – С. 2–3.

² См.: Золотой ключик. – 2012. – 24 января; 21 февраля; 20 марта; 17 апреля; 15 мая; 12 июня; 26 июня.

³ См., например: История про... хвост // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С.; Кто опознает Санту? // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 7; Конфетные рубашки // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 9.

⁴ См.: Золотой ключик. – 2012. – 15 мая. – С. 7–9; Золотой ключик. – 2012. – 26 июня. – С. 11.

например «К 90-летию пионерии»¹, «К 200-летию Отечественной войны 1812 года»². В течение года в газете действуют аналогичные тематические рубрики. Весь №9 полностью посвящён Дню Победы³. Интересно, что и конкурсы, и развлекательные рубрики связаны между собой тематически. Жанровая палитра довольно разнообразна: рассказы детей о подвигах своих дедушек и бабушек, рассказы о пионерах-героях, статьи журналистов редакции, материалы привлечённых сотрудников архива, библиотеки.

Сегодня даже у взрослых журналистов сформированы достаточно устойчивые стереотипы относительно невзыскательных информационных предпочтений детей и подростков, отсутствия у них познавательного интереса, патриотизма и т.п. Действительно, отсутствие на рынке соответствующих возрасту периодических изданий, культивирующих нравственные ценности, любовь к стране, приводит к тому, что дети вынужденно ориентируются далеко не на качественную периодику, а на модную, коммерциализированную продукцию развлекательного характера. Незнание журналистами основ возрастной психологии, а иногда и просто неумение говорить с данной аудиторией приводит к стандартизации и примитивизации в изложении, однако материалы такие нужны.

2) *Воспитание любви к своему краю – «Я и моя малая родина»* представлено такими жанрами, как сказка, краеведческое исследование, стихи, быль, детский репортаж⁴. Работа редакции в данном аспекте – продуманный и грамотный шаг маркетинговой политики газеты, так как, с одной стороны, позволяет очертить границы «своего» ареала, создать «свой» микромир на уровне региона (Липецк, Липецкая область), с другой стороны, расширить рамки целевой аудитории и привлечь педагогов (учителей истории, классных руководителей), поскольку конкурсы, акции, проекты,

¹ См. об этом: Какими были первые пионеры нашей области // Золотой ключик. – 2012. – 3 апреля. – С.14–15; В защиту Павлика Морозова // Золотой ключик. – 2012. – 15 мая. – С. 5–7.

² См., в частности: Страхись, о рать иноплемённых! России двинулись сыны! // Золотой ключик. – 2012. – 17 апреля. – С. 9–11; Сразились. Русский – победитель! // Золотой ключик. – 2012. – 1 мая. – С. 6–8; Недаром помнит вся Россия...//Золотой ключик. – 2012. – 29 мая. – С. 18–21.

³ Золотой ключик. – 2012. – 1 мая.

⁴ См., например: Что в имени тебе моём? // Золотой ключик. – 2012. – 7 февраля. – С. 28–29; Где дружат с природой // Золотой ключик. – 2012. – 21 февраля.

освещаемые изданием, идеологически обоснованы и соотносятся с национальными интересами России.

5. Социализация читателей реализуется по следующим направлениям:

— *диалог с родителями «Поговори со мною, мама!»* прослеживается во всех детских материалах, специализированной рубрики нет. В №4 целый разворот занимают письма воспитанников школы-интерната №6 с. Вторые Тербуны своим мамам¹. А №12 посвящён 1 июня – Международному дню защиты детей, все рубрики объединены единым лейтмотивом «Чужих детей не бывает!»².

Правомочна постановка вопроса о коммуникативной эффективности такого диалога. Выше мы уже упоминали, что в науке есть точка зрения, согласно которой детское издание, выступая в качестве посредника в диалоге между взрослым и ребёнком, одновременно является результатом этого диалога³. С этих позиций современное культурное пространство (последние два десятилетия XX в. – наше время) маркируется системой отношений «ребёнок-ребёнок», в которой понятие «взрослый» стирается, а понимание детства превращается в неизменный шаблон и упрощается⁴.

Детальное изучение контента «Золотого ключика» даёт возможность говорить об относительном плюрализме мнений, некоторой внутренней редакторской цензуре: вопросы любви, насилия, полового воспитания даются дозированно, обязательно привлекаются детские психологи; материалы юных корреспондентов и читателей газеты обсуждаются, комментируются специалистами, педагогами, штатными сотрудниками редакции (иногда от лица вымышленных персонажей газеты). Редакция следит за тем, чтобы не провоцировать взрывоопасную психику подростка – подростковую агрессивность, возрастные комплексы. Разговор не сводится к сугубо личным

¹ Мама! Мама... // Золотой ключик. – 2012. – 21 февраля. – С. 17– 18.

² Золотой ключик. – 2012. – 12 июня.

³ Вологина Е. В. Становление детской периодики России: трансформация издательской модели : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вологина Екатерина Владимировна. – Кубань, 2012. –С. 130–131.

⁴ Там же. – С.135.

или интимным вопросам, на обсуждение выносятся актуальные общественные проблемы, даже выборы Президента РФ (например, № 23 знакомит с правами избирателей, порядком выбора Президента, рассказывает, как организовать выборы президента школьной детской организации)¹. Результатом такого общения становится взаимообогащение сторон, а следствием – признание ребёнка полноправной и значимой личностью в обществе. Повторимся, что навязчивой дидактики нет, благодаря этому обстоятельству газета пользуется популярностью и у детей, и у родителей.

— *общение детей «Я расскажу вам о себе»*: здесь нет зафиксированной рубрики, потому что темы, которые затрагивают дети, очень разнообразны. Дети – аудитория, ограниченная в силу возраста рамками своих информационных тем, общественно-политических, творческих и других потребностей, их волнуют те же проблемы, однако они предпочитают, чтобы новости были рассказаны сверстниками-очевидцами. В жанровом отношении такие материалы трудно классифицировать; рассказы о происшествиях в школе, о родителях, о своих друзьях и сверстниках, домашних питомцах, весёлые истории, анекдоты «из конверта», собственные стихотворения, сопровождающиеся красочными детскими рисунками и фотографиями. Они занимают примерно 1/3 каждого номера и наполняют газету свежим, «детским» дыханием: ребятам интересно читать о своих ровесниках².

¹Золотой ключик. – 2011. – 15 ноября. – С. 23–25.

²См., например: Подарок для Дарьяны // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 10; Никита и птицы // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 10; Тетрадка дружбы и добра // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 11; Рыцарь Кузьма // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 12; Случай с лягушкой // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 12; Миссия «Колбаса» // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 13; Случай на дороге // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 21; Находка // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 23; Давайте дружить! // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 25; Зачем нужна эта тетрадь? // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 27; Моя младшая сестрёнка // Золотой ключик. – 2012. – 10 января. – С. 29; Кулинар Женька // Золотой ключик. – 2012. – 7 февраля. – С. 15; Салфеточный мяч // Золотой ключик. – 2012. – 7 февраля. – С. 17; Куда летел тапочек Насти? // Золотой ключик. – 2012. – 7 февраля. – С. 21; Кошачья хитрость // Золотой ключик. – 2012. – 17 апреля. – С. 13; Хомяк-тренер // Золотой ключик. – 2012. – 17 апреля. – С. 13; Сказка про счастье // Золотой ключик. – 2012. – 17 апреля. – С. 27; Из дневника старшего брата // Золотой ключик. – 2012. – 17 апреля. – С. 27; Ёж среди щенков // Золотой ключик. – 2012. – 17 апреля. – С. 29; О тех, кто любит науку времени // Золотой ключик. – 2012. – 21 февраля. – С. 23–25; Надо ли шпаргалить? // Золотой ключик. – 2012. – 6 марта. – С. 24.

6. Рекреативное направление «Мой умный отдых» представлено несколькими регулярными рубриками:

— *«Семь пядей»* (ведущий дед Наум) – разнообразные виды кроссвордов (иногда по тематике близки теме номера): «Брэмворд» (ответы – названия насекомых, изображённых на картинках); «Фильмворд» (ответы – названия военных кинолент, указанных на рисунках); «Турворд» (ответы – названия 20 самых красивых мест Европы, изображённых на картинках); «Китайворд» (о Китае); «Царский кроссворд» (ответы связаны «царской» тематикой). Присылать ответы нужно по почте, найти правильный вариант после объявления победителей можно найти в группе читателей газеты «Золотой ключик» в социальной сети «ВКонтакте».

— *«Объективная сказка»*: «Сказка, которую фотограф увидел через объектив своей камеры». По фотографиям нужно узнать, о какой сказке идёт речь, и прислать в редакцию ответ.

— *«Глаз-алмаз»*: на последнем развороте помещается картина художника, рассказывается история её создания, даётся краткая занимательная информация о самом художнике. Задание: узнать, что изменил в картине художник газеты. Например, «Двойка», «Совет в Филях», «Богатыри», «Март», «Московский дворик», «Письмо с фронта», «Иван Царевич на Сером Волке», «Витязь на распутье», «Рыболов», «Утро». Иногда картины тематически или календарно связаны с содержанием номера.

— *«Магический квадрат»*, который составляет дед Наум.

Давление рынка сегодня таково, что «выгодным» продуктом является развлекательный медиаконтент, доказавший свою жизнеспособность и коммерческую целесообразность. Конструктивную роль в реализации рекреативной функции выполняет установка редакции газеты не на «массового» усреднённого потребителя с нивелированными интеллектуальными запросами, а на подрастающего читателя, девиз которого – «Быть умным – это модно!».

7. О формировании спроса на «высокие» формы рекреации, спорта, искусства, обладающие положительным педагогическим эффектом и вызывающие позитивную активность, свидетельствует *направление «Я за здоровый образ жизни»*, в рамках которого можно выделить следующие векторы.

— *Спорт*: особое место занимают статьи-зарисовки о спорте¹: внимание уделяется развитию детского футбола, газета освещает областной проект «Мини-футбол – в школу»². Ведущий спортивных рубрик – персонаж Эль Капитано, изображённый с мячом и свистком на шее. У него есть также и своя одноимённая рубрика, в которой он организует конкурс по футбольной тематике, включающий рассказ о футболе и развивающее задание по теме.

— *Безопасность жизнедеятельности*: тематические календарные рубрики «Безопасное лето»³, «Лето на тарелочке»⁴, ведущие которой – сказочные персонажи Кнопочка и Кноп.

Итак, редакционная политика «Золотого ключика» направлена не просто на создание детского информационного пространства; газета обеспечивает условия для самореализации и самопознания как юнкоров, так и читателей. В данном контексте очевидно, что газета «Золотой ключик» достаточно устойчиво входит в культурное пространство общественной жизни (в рамках области и областного центра). Отметим ряд важных принципов «Золотого ключика» как показательной концептуальной модели реализации развивающей журналистики в детской газете:

1. Газета организует работу с учётом психологических особенностей возрастного развития ребёнка, где принцип ведущей деятельности обязательно учитывается.

¹См., например: Пашка и тринадцать голов // Золотой ключик. – 2012. – 2 февраля. – С. 20; В хоккей играют настоящие девчонки // Золотой ключик. – 2012. – 6 марта. – С. 21; Президентские спортивные игры завершились // Золотой ключик. – 2012. – 29 мая. – С. 29–30.

² У «Мишки» скоро финал // Золотой ключик. – 2012. – 7 февраля. – С. 25.

³См., например: Один дома // Золотой ключик. – 2012. – 26 июня. – С.15–16; Советы Фёдора Бурундучка // Золотой ключик. – 2012. – 26 июня. – С. 17; Вода: друг или враг? // Золотой ключик. – 2012. – 26 июня. – С. 18–19; Когда Перун лютует // Золотой ключик. – 2012. – 26 июня. – С. 20.

⁴См., в частности: Осторожно: сезон клещей! // Золотой ключик. – 2012. – 29 мая. – С. 15–16; Солнечная физика // Золотой ключик. – 2012. – 29 мая. – С. 19.

2. Психологи считают, что в отношениях ребёнка и взрослого неизбежно разделение функций: старший ставит цели, контролирует и оценивает действия младшего. Этот тезис детской психологии в практике детской прессы связан с феноменом «выдуманного образа автора» той или иной рубрики, часто это сказочный персонаж или какой-либо сверстник ребёнка, общение с которым помогает избежать менторского тона, дидактики и в большей степени способствует усвоению материала. В «Золотом ключике» это такие герои: кот Федот, «который в областной детской библиотеке живёт»; Эль Капитано, «с мячом и свистком на шее»; Славик-Словарик; дед Наум, «любящий наставлять на ум»; Кнопочка и Кноп; тётюшка Орфографушка. Однако для освещения некоторых тем привлекаются специалисты (психологи, медики, спортсмены и т.д.), которым дети доверяют.

3. Газета стремится к постоянному повышению качества своей продукции, о чём свидетельствуют творческие эксперименты, выпуск приложений, поиск новых форм взаимодействия с читателем. Одно из важнейших направлений развития «Золотого ключика» – оптимизация структуры издания. Удачная система рубрикации позволяет структурировать информацию, наглядно представить тему и оперативно донести сведения до читателя.

4. Газета «Золотой ключик» – газета, сделанная для детей и вместе с детьми. Ребячий авторский актив даёт возможность ненавистное для подростка воспитание перевести в плоскость самовоспитания.

Дополнительную «камерность» газете сообщает то, что она является региональной, более близкой к читателям и многих из них «знает в лицо». Возрастная неоднородность создала условия для тематического разнообразия в газете. Видимо, именно это обстоятельство и приводит к некоторому несоответствию визуального компонента (рисунков, иллюстраций) и освещаемых «взрослых» тем.

Тип читательской аудитории

Читателей «Золотого ключика», как и читателей «Пионерской правды», можно описать как *аудиторию с преобладающим информационно-познавательным мотивом*. Их также отличает потребность в получении информации о социальных событиях и явлениях, знаний о мире, о научных открытиях. Однако они более активны, важное место для них занимает собственная творческая деятельность, результаты которой они стремятся отразить в газете. В основном, это читатели региональных, местных газет, находящихся в более тесном контакте с редакцией.

Образ коммуникатора (газеты)

С позиций развивающей журналистики в системе социальных отношений ребенка-читателя данная модель может рассматриваться как *«старший друг»*: коммуникативное воздействие редакции осуществляется посредством «выдуманных персонажей», от лица которых зачастую и ведётся диалог на полосах. Никакой навязчивой дидактики нет и быть не может. Всё, что печатает газета, интересно, весело и познавательно. В соответствии с этим можно выделить такие характеристики газеты как коммуникатора: доброжелательность, тематическая разнообразность, лёгкость в общении, искренность, увлечённость (эмоциональный аспект). Это признаки концептуальной модели развивающей журналистики для детей.

Характер взаимоотношений с аудиторией

Отношения газеты с аудиторией разворачиваются в плоскости «коммуникатор – аудитория», поскольку ведущим в деятельности детской газеты является не только контент, обладающий развивающим потенциалом, но и инициируемое редакцией участие самого ребёнка в создании номера.

Формы связи с аудиторией разнообразны. При редакции создана школа юного журналиста. Газета активно продвигает себя и в Интернете: есть свой сайт (<http://goldkey/lpgzt.ru>), группа в социальной сети «ВКонтакте» – «Друзья «Золотого ключика»» (<http://vk.com/goldkey48>).

Контент-анализ многих региональных детских газет: «Знайка» (Саратов, Саратовская область), «Калейдоскоп на Амуре» (Благовещенск, Амурская

область), «Рыжий кот» (Жуковский, Московская область), «Живая шляпа» (Дубна, Московская область), «Ровесник» (Тамбов, Тамбовская область) и др. – позволяет выделить в рамках развивающей журналистики в отдельную группу особую модель с доминированием аксиологического подхода к освещаемым событиям. В этом контексте объектом пристального внимания станут функционально-целевое назначение и проблемно-тематическая направленность такой модели, а также характер взаимоотношений с аудиторией и формы связи с ней.

Функционально-целевое назначение

В условиях формирования нового коммуникативного пространства, заполняемого потоками часто излишне агрессивной информации, особое внимание обращает на себя медиапродукция, адресованная детям и юношеству, и в частности печатная, призванная не только осуществлять культурно-образовательную, воспитательную функции, но и сохранять, передавать и, что немаловажно, культивировать социокультурные ценности, которые в самом широком смысле можно описать как «набор человеческих качеств, моральных норм, типов поведения, общественных и политических форм, устоев и обычаев, единодушно признаваемых большинством общества в качестве безусловно положительных, достойных уважения и признания»¹. Другими словами, это некие стратегические детерминанты поведения больших групп людей, легитимизированные и являющиеся предпочтительными в определённой социокультурной среде. Безусловно, на аксиологические процессы существенно влияет рыночный подход, и, как справедливо отмечают исследователи², сейчас чаще выживают те издания, которые в детской и подростковой среде стали пропагандистами идеалов общества потребления. Тем рельефнее в свете вышесказанного обозначается

¹Стебловская С. Б. Методологические основы исследования аксиологического поля журналов для подростков / С. Б. Стебловская // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №1. – С. 138–153.

²См.: Грабельников А. А. Метаморфозы русской журналистики на пути к рынку. Публикации разных лет / А. А. Грабельников. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – С. 146–146; Шергова О. Б. Лингвистические компоненты медиаобразования: теория речевого воздействия/ О. Б. Шергова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №2. – С. 157–171. И др.

необходимость трансляции ценностных содержаний в рамках государственной политики в целом: участие детей и подростков в познавательной деятельности, в формировании моделей своего поведения, социальных позиций и оценок, эстетических, философских представлений и норм.

Оформление жизненных позиций происходит у детей до 15 лет, когда наблюдается наиболее серьезное отношение к моральным принципам и нормам, поэтому издания для этого возраста должны сочетать и всесторонне представлять разнообразный спектр культурно-духовных, морально-этических, познавательно-образовательных ценностей. Детское медийное поле Тамбовского региона, в рамках которого ребенок получает представления о должном, о себе, о мироздании, т.е. совокупность ценностных и нравственных координат, представлено газетой «Ровесник»¹. «Ровесник» – это областная школьная газета для детей и подростков 10 – 15 лет. Периодичность выхода – 1 раз в две недели. Объём – 8 полос.

Проблемно-тематическая направленность

В анализируемом массиве опубликованных материалов газеты «Ровесник» выделяются три содержательных вектора аксиологического поля газеты, в русле которых происходит проведение общественных ценностей.

1. *Патриотизм.* В рамках данного направления можно выделить такие линии, как «Моя земля» (репортажи о встречах с ветеранами, о классных часах с участием знаменитых земляков, о путешествиях по стране и т.д.) и «Наши традиции» (календарные праздники и обряды, семейные традиции и пр.).

2. *Нравственность (духовность):* «Моя семья» (детские материалы носят исповедальный характер, тема «отцов и детей», рассуждения о ценностях семьи как социального института), «Мои увлечения» (благотворительность, создание студенческих волонтерских отрядов, социальные акции, события культурной жизни города и области).

¹ См. Приложение №2.

3. *Здоровый образ жизни: «Я и спорт»* (открытие новых спортивных стадионов в городе и области, турниры по бильярдному спорту, дзюдо, полиатлону с участием тамбовских ребят и др.)

Таким образом, газета стремится формировать ценностные ориентиры, и в этих условиях важно, чтобы издание было востребовано читателями.

Характер взаимоотношений с аудиторией определяется идеей близкого сотрудничества со школами, которые в данном случае выступают как площадки для работы и творчества штатных журналистов, поэтому каждая полоса – «школьная». Тогда заголовочный комплекс изменяется: в нём вместо названия полосы появляется логотип, предложенный самой школой и адаптированный штатными художниками.

Формы связи с аудиторией

При редакции функционирует школа юного журналиста, которую можно считать «выездной»: сотрудники редакции обучают детей азам журналистского творчества в школе. Такая модель сотрудничества помогает избежать формализма (сами корреспонденты имеют возможность погрузиться в школьную атмосферу, стать ближе к детям), найти интересные темы для освещения и (что немаловажно в нашем мире частых и масштабных реформ образования), сэкономить время школьников. Привлекательно в таких занятиях то, что на них могут приходить все, кому интересно не само журналистское творчество, но и фотография, дизайн, вёрстка, компьютерные технологии.

Итак, отличительная черта развивающей детской прессы (вариант «взрослые и дети для детей») – комплексный характер программной политики редакции газеты, направленной на целостное, всестороннее и гармоничное развитие личности ребёнка, на включение его в созидательную творческую деятельность, на формирование мотивации необходимости образования и самообразования, что характерно для детских и юношеских газет, популяризирующих науку, технику, искусство, расширяющих кругозор, заботящихся о нравственном воспитании подрастающего поколения; в какой-

то мере модель развивающей журналистики реализуют и религиозные детские газеты, способствующие духовному обогащению («Воскресная школа», «Светлый отрок», «Православная юношеская газета» (Москва), «Чадушки» (С.-Петербург), «Подарок детям» (Екатеринбург), «Свечечка» (Таганрог), «Воскресение» (Полоцк) и др.). Такие газеты перестают быть только средством массовой информации – они выполняют особую социальную роль в обществе, чаще всего на уровне города, региона или какой-либо «своей» аудиторной группы. Трансляция общекультурных ценностей, социально значимой информации – приоритетное направление детской развивающей прессы. Модель развивающей детской прессы, по нашему мнению, работает, когда редакция газеты в силах создать «свой» микромир, хорошо изучить аудиторию, поэтому чаще всего это региональные, местные детские газеты или детские газеты, специализирующиеся в каком-либо направлении. Эти газеты обладают в равной степени как образовательным, так и нравственным потенциалом, а самостоятельное детское творчество – журналистика – превращается в деятельность, которая даёт ребёнку возможность постоянного личностного роста.

2.3. Диалогичная журналистика для детей: межпоколенческий диалог в рамках информационного пространства (на примере «Юношеской газеты»)

Функционально-целевое назначение

Главное назначение детства – непрерывное становление человека, превращение индивида в личность, принятие подрастающим человеком норм и ценностей общества, освоение общественного опыта, который копился веками, языка, культуры, идеалов. Этот многослойный и многоплановый процесс, необходимый ребёнку для получения навыков полноценной жизни в

обществе, определяется как социализация¹. Первоначально она происходит в семье, вторичная социализация происходит уже вне дома, в обществе, когда индивид приобщается уже не к малой группе, а к большой. Анализируя особенности детской аудитории, М. Ф. Попова определяет детскую прессу (всю, независимо от её вида) как некий альтернативный институт социализации подрастающего поколения и подчёркивает её основное предназначение – возможность более естественного включения подрастающего поколения в систему общественных отношений². В этом смысле детская пресса является элементом одновременно двух систем – СМИ и системы социализации. С помощью детских средств массовой коммуникации «совокупные взрослые» воспитывают «совокупных детей», компенсируя этим частичное ослабление своего влияния в качестве конкретных отдельно взятых родителей или учителей. И дело не только в доступности изложения, а в собственной концепции этой группы СМИ. Самым важным для проблемы социализации является то, что это активный коммуникативный процесс, не совместимый с представлениями об однонаправленной передаче прошлого опыта (культурных образцов) субъекту – молодому поколению. Это в корне меняет представление о социализации как воздействию общества на изначально пассивного индивида. Установлено, что социализация проходит тем успешнее, чем активнее индивид участвует в коммуникации с взрослыми и сверстниками и в творческо-преобразовательной общественной деятельности³. Область проявления и формирования отношений с миром, особенно в детском возрасте – это область общения и взаимодействия. Общение может быть рассмотрено как особая форма духовной деятельности, способ регуляции, единения людей, в том числе и с материальными, культурными ценностями

¹Библиотека учебной и научной литературы. Социологический словарь. – URL: <http://sbiblio.com/biblio/content.aspx?dictid=7&wordid=74505> (дата обращения: 30.08.2013).

²Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – С.112.

³Павловский В. В. Ювентология: проект интегративной науки о молодёжи / В. В. Павловский. – М. : Академический проект, 2001. – С.153.

предшествующих поколений, процесс усвоения и созидания общественных отношений. Причём его значение в ходе развития человечества возрастает, из вспомогательной стороны деятельности оно становится самостоятельной ценностью. Процесс общения влияет на саморазвитие личности именно благодаря информационно-коммуникативным механизмам. Особую актуальность в современных условиях построения единой образовательной парадигмы приобретает интегрирующая коммуникативная функция детских СМИ, вбирающая в себя многочисленные аспекты познавательного, образовательного, воспитательного, организационного и иных процессов. В этом аспекте особенно важно, чтобы создаваемое коммуникативное поле организовалось не только ради самого общения, но и для того, чтобы в ходе этого диалога осуществлялась как познавательная, так и социально-ориентационная деятельность, проявляющаяся в формировании у детей общественных позиций, оценок, политических, правовых, нравственных, эстетических норм и ценностей.

М. М. Бахтин пишет, что внутреннее содержание личности может быть раскрыто в диалоге с другим субъектом¹. В зависимости от способа общения субъектов различают следующие виды коммуникации:

- *интраперсональная* (разговор с самим собой как ансамблем существ);
- *межличностная* (в ней участвуют двое или более как партнёры);
- *представительская* (однонаправленная информация от одного к другому или многим);
- *групповая* (коммуникация внутри группы, между группами, где каждый участник – равноправный партнёр);
- *массовая* (происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по своим интересам и коммуникативному опыту групп);

¹Цит.по: Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – С. 59.

— *диалог культур* (специфический способ коммуникации с цивилизациями как прошлой, так и нынешней эпох).

Данный ряд может быть дополнен таким специфическим видом, как *межпоколенческий диалог*, осуществляемый зачастую только посредством СМИ через информационно-коммуникативные процессы. В исследованиях С. Б. Цымбаленко было обнаружено, что коммуникативная деятельность существенно и позитивно влияет на характер личности, целевые установки и смысловые конструкты, мировоззрение, особенно в возрасте 15-16 лет, стимулирует социальную и профессиональную активность, развивает лидерские качества¹. Российский учёный Б. Г. Ананьев объясняет это так: раньше всего непосредственно в жизни социальной группы из взаимоотношений между её членами возникают отношения личности к другим людям, которые, закрепляясь в практике общественного поведения, превращаются в наиболее общие и первичные черты характера — коммуникативные². Эти черты, в свою очередь, становятся основанием для образования других характерологических свойств (интеллектуальных, волевых, эмоционально-мотивационных и др.). Все эти свойства, базирующиеся на коммуникативных свойствах характера, появляются в процессе развития на основе тех или иных видов деятельности, из разнообразия отношений к жизненным обстоятельствам и событиям.

Дети и подростки, признаваемые полноправными и значимыми личностями, вступают в межпоколенческий диалог с взрослыми, причём он происходит не в форме наставлений старшего поколения младшему — организуется площадка для обсуждения актуальных вопросов, результатом которого становится взаимообогащение сторон. Ребёнок «формирует» родителей ещё больше, чем они воспитывают его, а реальный стиль

¹Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. — М. : НИИ школьных технологий, 2010. — С. 57.

²Ананьев Б. Г. Психология и проблемы человекознания/ Б. Г. Ананьев. — М. : Изд-во «Институт практической психологии», 1996. — С. 82.

воспитания складывается в ходе их конкретного взаимодействия¹. Одной из площадок межпоколенческого диалога становятся детские издания.

«Еженедельная общероссийская «Юношеская газета» подростков» (1991 – 2002 гг.) – уникальный феномен продуктивного сотрудничества взрослых и детей². Учредителем газеты было агентство «Юнпресс», в редакционный совет входили Н. Кулакова, С. Соловкин, С. Цымбаленко, Е. Кузин, С. Щеглова – люди, которые внесли значительный вклад в развитие юнкорского движения в России. Газета сотрудничала с такими организациями, как Детский Фонд ООН (ЮНИСЕФ), Министерство по делам печати, телерадиовещания и средств массовой коммуникации, факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, Комитет по делам семьи и молодёжи Правительства Москвы, Институт «Открытое общество» (Фонд Сороса). Это свидетельство того, что газета являлась проектом общественного значения. Целевая аудитория: дети и подростки 14-17 лет. Исследование контента всех номеров 2002 г. (№№1 – 44) позволяет говорить о том, что эта газета была для юных читателей и корреспондентов площадкой для обмена мнениями со сверстниками и взрослыми, пыталась помочь подросткам установить связь с взрослым миром, адаптировать их к взрослой жизни. На полосах отражался своеобразный бесконечный межпоколенческий диалог, причём часто даже в конфликтной форме, направленный на определение себя как личности и своего места в жизни. Редакторы не просто создавали для детей информационное пространство; газета обеспечивала условия для самореализации и самопознания как юнкоров, так и читателей

Проблемно-тематическая направленность

Социализация личности теснейшим образом связана с инкультурацией, т.е. освоением личностью общей человеческой и конкретной культуры, гармоничным вхождением в ценностно-смысловое поле национальной культуры, что проявляется в детской газете не только на коммуникативном

¹ Кон И. С. Вкус запретного плода / И. С. Кон. – М. : Молодая гвардия, 1997. – С.201.

² См. Приложение №2.

уровне. Необычайно важно также рассмотреть векторы информационно-содержательного поля, образующего особое диалоговое пространство в газете. Индивидуальная тематическая направленность издания, базирующаяся на освещении всех сторон жизни, общения и досуга подростков, определяет динамичность и некоторую пестроту контента, что, в свою очередь, обуславливало появление в газете нерегулярных и плавающих рубрик.

1. Межпоколенческий диалог:

- плавающие рубрики *«Спасательный круг»/ «Поговорим по душам»*: психологические проблемы и комплексы подростков, советы при подготовке к экзаменам, методики аутотренинга, судьба ребят из интерната. Авторы – взрослые: врачи-психиатры, психологи;
- плавающие рубрики *«Особое мнение»/ «Прошу слова!»/ «Деликатная тема»*: дискуссии по общественным проблемам («Нужно ли служить в армии?» «БЕСплатное образование» и т.д.);
- постоянные рубрики *«На родительское собрание»/ «Детки и предки»*: взаимоотношения с родителями.

Ребёнок становится источником, транслирующим свой инфопоток на довольно широкую аудиторию, в которую входят и взрослые. Само взаимодействие читателей-авторов и взрослых строится по модели субъектно-субъектных отношений, реализующих принципы педагогики сотрудничества.

2. Обсуждение происходящих событий:

- постоянная рубрика *«Те самые новости»*: официальные сообщения, молодёжные акции, новости ЕГЭ, проекты в области образования, жизнь студентов, происшествия в университетах, итоги городских и общероссийских конкурсов и пр. Источники: подростки, школьные и городские детские пресс-центры, детские областные газеты, www.lenta.ru, www.ynpres.ru;

- нерегулярная рубрика «*Физкульт-ура!*»: спортивные события в школах, в городах России. Авторы – подростки;
- нерегулярная рубрика «*Куда сходить*»: информация о выставках, спектаклях в театре и других культурных событиях. Авторы – подростки и взрослые;
- плавающая рубрика «*Мой город на карте*»: рассказы о родных городах.

3. *Выявление социальных проблем и их оценка сверстниками:*

- постоянная рубрика «*Жизнь не по учебнику*»: несовершеннолетние беспризорники, зависимость от Интернет-среды, знакомство/общение по Интернету, угроза терроризма, проблема взаимопонимания с друзьями и родителями, сложные ситуации в общении с педагогами, вымогательство денег в школе и т.д.;
- плавающие рубрики «*Между нами, девочками*»/ «*Между нами, мальчиками*»: проблемы подростков (мода, красота, дружба, предательство, общение, отношения и пр.);
- постоянная рубрика «*Настроение...*» (какого-либо автора-подростка): фото + небольшая лирическая исповедь этого автора;
- постоянные рубрики «*Ликбез отношений*»/ «*Территория общения*»/ «*Мы + этот мир*»: истории с одноклассниками, дружба, любовь, лидерство в классе.
- плавающая рубрика «*Не верь глазам своим*»: интересные случаи с одноклассниками; нерегулярные рубрики «*Деньги не пахнут*»/ «*Работа – не волк!*»: обсуждение перспектив временной работы, где можно подзаработать, выбор профессии и пр.

Г. А. Цукерман утверждает, что диалог со сверстниками является необходимым условием психического развития ребёнка: в группе сверстников отношения равные и симметричные, а между ребёнком и взрослыми (какими бы демократическими они ни были) – иерархические и

несимметричные¹. Ж. Пиаже считал, что такие качества, как критичность, терпимость, умение встать на точку зрения другого, развиваются только при общении детей между собой². Старшеклассники значительно откровеннее со своими друзьями, чем с родителями, и приписывают им более высокую степень понимания, то есть высвечивается проблема взаимосвязи становления «Я» и с внутриличностной, и с межличностной коммуникацией³. Общество сверстников становится универсальным и жизненно важным каналом информации, занимая лидирующее положение среди других. На Западе давно уже используется институт так называемых «сверстников-консультантов».

4. Формирование своей позиции по той или иной социальной проблеме:

— плавающая рубрика *«Человек за бортом»*: о местах заключения подростков, о наркомании, о людях нетрадиционной ориентации, о детях-инвалидах;

— нерегулярная рубрика *«Бескультурное пространство»/«Совершенно секретно»*: состояние современной культуры, мелкое хулиганство сверстников;

— нерегулярная рубрика *«Телеревизор»*: каким должно быть телевидение для подростков.

Точка зрения автора является доминантой всего текста – оценочное поле содержится уже на уровне заголовочного комплекса: «Как ни странно, в минобразе знают школьные проблемы»⁴; «Агрессивная деградация прогрессивной молодёжи», «Родителей надо ставить на место!»⁵; «Как законно откосить от армии?»⁶ и пр. Большинство материалов можно

¹Цукерман Г. А. Психология саморазвития : задача для подростков и их педагогов / Г. А. Цукерман. – Рига : Эксперимент, 1997. – С. 157.

²Жан Пиаже: теория, эксперименты, дискуссии // Хрестоматия/ под ред. Л. Ф. Обухова, Г. В. Бурменской. – М., 2001. – С. 67.

³Кон И. С. Открытие «Я»/ И. С. Кон. – М.: Политиздат, 1978. – С. 316–317.

⁴Юношеская газета. – 2002. – №14 (апрель). – С. 2.

⁵Юношеская газета. – 2002. – №10 (март). – С. 3.

⁶Юношеская газета. – 2002. – №7 (февраль). – С. 2.

объединить общим названием «Моя реальная жизнь» или «Мои переживания».

5. Реализация творческого потенциала:

- плавающая рубрика «*В мире с животными*»: рассказы о своих животных, интересные факты;
- плавающая рубрика «*Картинки с натуры*»: рассказы о приключениях на каникулах, о своих одноклассниках, о необычных происшествиях в школе;
- плавающая рубрика «*Звезданутые*»: о будущих звёздах эстрады (дворовые или школьные вокально-инструментальные ансамбли).

Эффективность массовых коммуникаций во многом определяется включённостью в информационный процесс аудитории. А. А. Грабельников подчёркивает: вероятность усвоения информации зависит от её качества, уровня образования читателей и, что немаловажно, от степени их причастности к созданию и распространению этой информации¹. Характерной особенностью диалогичной журналистики является нарастающая интерактивность, которая, с одной стороны, обеспечивает тонкий баланс между журналистом и читателем, а с другой стороны, превращает читателя в соавтора в работе с информацией. Интерактивность позволяет человеку переключиться с ситуации монолога на ситуацию не только диалога, но и речевого взаимодействия². Интерактивная составляющая проявляется в намерении участников повлиять друг на друга, воздействовать на поведение другого. Ключевым в системе такого взаимодействия является принцип обратной связи. Общение с аудиторией – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов, которые могут осуществляться прямо (непосредственно) и косвенно. Главной задачей не прямой коммуникации является установление доброжелательных, доверительных отношений с аудиторией.

¹Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе : учебное пособие / А. А. Грабельников. – М. : РИП-холдинг, 2001. – С.101.

²Шестерина А. М. Интерактивная журналистика: учеб. пособие. / А.М. Шестерина. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2007. – С. 4–7.

Интерактивная составляющая коммуникативной стратегии редакции определяла частое появление на полосах газеты диалоговых материалов (независимо от диалогической или монологической формы) преимущественно полемического характера, которые выполняли функцию контакта, стимуляции общения, хотя и обостряли противоречия между оппонентами, чётко противопоставляя разные точки зрения, но вместе с тем позволяли установить эффективный контакт с подростковой аудиторией. При этом инициаторами и наиболее активными участниками были подростки. Иногда дискуссионность, провоцирующий конфликтный тип общения охватывал все уровни. В этом ракурсе можно говорить о полифоническом диалоге, благодаря которому создавалась всесторонняя картина освещаемой проблемы, а полоса превращалась в форум мнений, взглядов и взрослых, и детей. Таковы дискуссии о вышедших в прокат мультфильмах и фильмах¹, о проблемах школ накануне нового учебного года², о проблемах детского чтения, детского телевидения³. На психологическом конфликте построено интервью с чиновниками из министерства образования введения ЕГЭ⁴. Активно обсуждаются темы личностного плана: служба в армии⁵, СПИД, беременность несовершеннолетних⁶, судьба беспризорников⁷. Газета привлекала аудиторию своей открытостью: обсуждаются проблемы насилия, любви, первого полового акта. Редакция не вмешивалась в диалог, но композиционное оформление полосы зачастую отражало её точку зрения: рядом со статьями о плохих, со стороны автора-ребёнка, родителя, располагались статьи родителей о непонимании их детьми; статьи о нежелании служить в армии соседствовали с рассказами девушек о том, как они гордятся своими молодыми людьми, прошедшими через армию и т.д. Там, где это необходимо, оценку происходящему давал эксперт, чаще всего

¹ Юношеская газета. – 2002. – №25–28 (июль). – С. 3–4.

² Юношеская газета. – 2002. – №33 (сентябрь). – С. 2–3.

³ См.: Юношеская газета. – 2002. – №17 (май). – С. 2–3.

⁴ Как ни странно, в минобразе знают школьные проблемы // Юношеская газета. – 2002. – №14 (апрель). – С. 2.

⁵ Как законно откосить от армии? // Юношеская газета. – 2002. – №7 (февраль).

⁶ Почему проблему взяли на АБОРТаж? // Юношеская газета. – 2002. – №9 (март). – С. 3.

⁷ См.: Юношеская газета. – 2002. – № 22–23 (июнь). – С. 2–3.

психолог или специалист в какой-либо области. Такой персонифицированный подход – через обращение к герою публикации – во многом ключ к воздействию на детскую аудиторию.

Газетные материалы, созданные детьми, имеют следующие **характерные черты**. Происходит *трансформация традиционных журналистских жанров* в связи с целями и задачами детского издания. Материалы, имеющие актуальный личностный характер, представляют собой в большей степени «исповеди», рассказы о своей жизни, поэтому их сложно дифференцировать по жанрам, доминирующий тип информации в газете – описание, выполняющее функцию «иллюстрирующей информации», и авторская оценка. Условно можно выделить следующие жанры: краткая и расширенная информация, «исповедь», дневник, рассказ, зарисовка, заметка, опрос, интервью, письмо, путевые записки, фоторепортаж¹, объёмные репортажи на разворот², спецрепортаж с выставки³, журналистские расследования («юнкор меняет профессию»). *Информационный повод* юные корреспонденты выбирают непосредственно *из микросреды*. Следует отметить *высокую оценочность подаваемой информации*: субъективность автора проявляется и на уровне стиля, и на уровне фактов. Юнкор передаёт не социально значимую, а лично окрашенную информацию, сообщает не о времени события, дате его проведения или участниках, а о собственных впечатлениях.

Таким образом, контент-анализ конкретного юнкорского издания отчётливо свидетельствует об острой потребности подростков в товарищеской среде и диалоге с взрослыми. В 2003 г. «Юношеская газета», выходявшая в течение 12-ти лет на четырех полосах четыре раза в месяц и распространявшаяся по всей России, превратилась в «Виртуальный ЮГ» («Юношеская газета-онлайн», <http://www.ynpres.ru/yg-online/>). Печатного

¹Например: Арабская сказка: зной и лето в середине зимы //Юношеская газета. – 2002. – №1–2 (январь). – С. 3.

²Например: Событие 2001 года: фестиваль «Роза ветров»// Юношеская газета. – 2002. – №3 (январь). – С. 2.

³См., в частности: Урок для сардельки бассета, или Сделаем мир добрее // Юношеская газета. – 2002. – №10 (март). – С. 2.

издания, аналогового «Юношеской газете», сегодня в России нет. Многочисленные, зачастую никем не контролируемые социальные сети, стихийно рождающиеся в недрах Интернета, не способны выполнять конструктивную, а отнюдь не фиктивную функцию медиатора между подростком и обществом. В этом ракурсе целесообразно говорить о разработке коммуникативных каналов для детей и подростков, не ограничивающихся Интернет-средой.

Тип читательской аудитории

Читательская аудитория «Юношеской газеты» представляет собой *«коммуникативный» тип*: она нацелена на *социальную идентификацию, самопознание и самоутверждение*. Таких читателей отличает потребность в контакте с другими: обсудить увиденное и услышанное, найти свои референтные группы и т.д. Этим детям свойственно желание познать себя, наблюдая за другими, стремление утвердиться в своих взглядах, ценностях. Это читатели-«авторы», которые рассматривают газету прежде всего как трибуну, с которой можно выступить, активно участвуют в наполнении контента (обсуждения, конкурсы, письма в редакцию); т.е. они сами задают вектор развития издания и фактически формируют каждый номер газеты.

Образ коммуникатора (газеты)

Газета в диалогичной журналистике в системе социальных отношений ребенка-читателя рассматривается в амплу *«собеседника»*: это обеспечивает чёткая адресность и конкретность контакта (анализируются конкретные ситуации конкретных людей конкретными специалистами), простота и разговорность материала. Ключевыми в данном случае являются те характеристики, которые вызывают доверие и симпатию к нему со стороны аудитории; сюда можно отнести известный аудитории престиж, авторитетность коммуникатора (когнитивный аспект), его внутреннюю и внешнюю привлекательность, умение редакции газеты стать частью значимой для читателей группы (эмоциональный аспект), а также умение адекватно реагировать на обратную связь (поведенческий аспект). Иначе

говоря, это те характеристики, которые присущи участникам субъектно-субъектного, диалогического типа общения¹.

Характер взаимоотношений с аудиторией

Подростковая аудитория отвечает доверием и симпатией лишь в том случае, когда видит, что коммуникатор общается с ней на равных, искренне стремясь поделиться с ней своими знаниями и убеждениями, не поучая, но и не заискивая, не занимаясь самолюбованием. Отношения редакции с читателями в диалогичной журналистике проектируются по схеме «аудитория – коммуникатор»: хозяином положения здесь выступает аудитория, поскольку контент газеты формируется в соответствии с её информационными потребностями; аудитория осуществляет выбор, самостоятельно интерпретируя поступающие к нему сообщения, и таким образом удовлетворяет свои потребности.

Формы связи с аудиторией в таких детских газетах проявляются в массовом привлечении детей и подростков к наполнению контента, организации сети юнкорской деятельности, в создании и работе клубов юных журналистов при газете или дистанционной помощи в организации региональных юнкорских объединений.

Таким образом, диалогичная модель детской журналистики (вариант «дети для детей») строится на основе интерактивного многоканального сотрудничества взрослых с детьми и детей с их ровесниками и чаще всего реализуется через самостоятельные детские и юношеские газеты, которые создаются вокруг реальных проблем подростков, с учётом социальных и психологических особенностей данной аудиторной группы, помогают ребёнку выразить свои мысли, распространить их среди сверстников и взрослых, преодолеть личную замкнутость, раскрыть своё «Я» и так быть услышанным. Детская аудитория нуждается в целостной открытой диалогической субкультуре в рамках «большой» полифункциональной

¹Хараш А. У. Межличностный контакт как исходное понятие психологии устной пропаганды / А. У. Хараш // Вопросы психологии. – 1977. – №4. – С.52–64.

культуры. Диалог создаёт ситуацию фактического равенства с взрослыми. Коммуникативная деятельность разрешает главное противоречие подросткового периода – между готовностью к преобразующей общественной деятельности и отсутствием необходимых условий для проявления социальной активности – и помогает осуществить межпоколенческую трансмиссию норм и ценностей. На наш взгляд, развитие детской газеты как самостоятельного типа издания в рамках диалогичной журналистики – самое перспективное направление. М. М. Бахтин подчёркивает, что внутреннее содержание личности может быть раскрыто только в диалоге с другим субъектом: «Самое бытие человека ... есть глубочайшее общение. Быть – значит общаться... Быть – значит быть для другого и через него – для себя... Диалогическая природа сознания, диалогическая природа самой человеческой жизни... Жить – значит участвовать в диалоге... В этом диалоге человек участвует весь и всей своей жизнью»¹. В коммуникативной деятельности человек, создавая значимое для других, создаёт значимое для себя, изменяет и творит свою личность.

2.4. Рекреационная журналистика для детей: игровое коммуникативное пространство современной детской газеты (на примере газеты «Незнайка»)

Функционально-целевое назначение

Реальная структура досуга конкретного ребёнка включает в себя комбинацию различных каналов коммуникации и информации. Существенно значимым становится спонтанное, неосознаваемое усвоение информации в процессе досуговой деятельности, развлечения, что нуждается в изучении и использовании в работе с детьми и подростками. Результаты исследований подтверждают: СМИ оказываются для подрастающего поколения средством

¹Цит.по: Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – С. 62.

и способом заполнения свободного времени¹. Выявленная ситуация становится социальной проблемой, требующей государственного и общественного решения.

Развлечение – существенная часть свободного времени детей. Специалист по проблемам коммуникации Никлас Луман характеризует развлечение как часть второй, условной реальности, новую форму мифологии, которая позволяет, как в театре, примерить на себя всё, что увидел или услышал, активизировать забытое пережитое, свои надежды, опасения, скорректировать свои жизненные установки². Оно оказывает усиливающее воздействие на уже существующие знания и опыт, однако, в отличие от новостей и репортажей, не направлено на разъяснение и поучение, чем особенно привлекательно для подрастающего поколения. Именно поэтому сфера развлечений является одновременно огромным резервом позитивных установок, с одной стороны, и реальной опасностью негативного влияния – с другой. Особенно важно уметь создавать и использовать развлекательные ресурсы для тех, кто работает с детско-юношеской аудиторией. Функции прессы – информировать, просвещать, развлекать. В соответствии с концепцией социальной ответственности, пресса должна обеспечивать «хорошее развлечение», иными словами, нужно заботиться о созидательно-организующем, просветительском и гуманистическом характере рекреации, особенно в детских изданиях. Белорусский учёный Н. А. Федотова относит рекреативную функцию журналистики к системообразующим её обязанностям; продуманная рекреация в издании способствует активной реализации всех остальных функций³. В детстве школой социальных отношений, главной формой общения и деятельности является игра. Большие возможности в конструктивном использовании возможностей рекреативной функции

¹Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – С. 37–42.

²Луман Н. Введение в системную теорию / Н. Луман. – М. : Логос, 2007. – С. 141.

³Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ: содержание, структура и гуманистический потенциал / Н. А. Федотова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №1. – С.126–136.

открывает игровое коммуникационное поле детской газеты, ведь именно развлекательная сторона игровой коммуникации обрамляет познавательный процесс, что позволяет говорить о формировании как личностной, так и социальной идентичности под влиянием коммуникации. Мы считаем, что рекреационная журналистика в детской газете может успешно выражаться за счёт искусственно смоделированной реальности, инструментом которой является игра, и осуществляться с помощью игровых форм, которые строго соотносятся с возрастной психологией восприятия, интерактивны и обладают большим образовательным и развивающим потенциалом.

Логично, что в связи с заявленной темой нас будет интересовать проблема использования игровых технологий для установления интерактивного контакта с аудиторией и совместной проработки информации автором и реципиентом. Детально разобраться в исследовании этого вопроса поможет работа московского учёного В. А. Савицкого, в которой предложена новая методика определения, анализа и моделирования игровых форм в массовой коммуникации¹. Общая характеристика метода заключается в том, что коммуникативным пространством игрового вербального журналистского текста становится искусственно смоделированная реальность. В. А. Савицкий подчёркивает: игра может распознаваться или не распознаваться как игра, условное пространство игры обязательно интерактивно.

Инструментом конструирования условной реальности является воображение. Благодатной пищей для воображения в детской газете могут стать сквозные персонажи – герои сюжетов и ведущие рубрик, чьи приключения и истории нередко моделируют реальные ситуации. Ребёнок, принимающий игру, вступает и в определённые коммуникационные связи, обусловленные игровыми правилами. Правила игры – это своего рода лабиринт-сценарий, где нельзя поступать так, как хочется; исполнять

¹Савицкий В. А. Игра как феномен журналистского творчества : тип текста, жанры публикаций : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Савицкий Виктор Андреевич. – М., 2010. – 186 с.

правила – значит, подражать тому образцу поведения или способу мышления, которые приняты. Ключевым моментом здесь является ролевой аспект: роль в игре – это исполнение в максимально общем смысле всего сценария. С помощью конструирования искусственно смоделированных образов СМИ могут по-новому интегрировать в сознание маленьких читателей накопленные знания и ценностные ориентиры, которые будут активно проявляться как взаимодополняющие доминанты социального и внутреннего поля индивида.

Игровое коммуникационное пространство вполне обоснованно мыслится как платформа для плодотворного сотрудничества детской аудитории с редакцией. Примером воплощения такой искусственно смоделированной реальности может служить модель детской газеты «Незнайка»¹. Мониторинг всех номеров с 1991 по 2001 гг. позволяет сказать, насколько редакционная политика обеспечивает системность этого вида коммуникационной деятельности. Обратим особое внимание на то, что в этот период газета была рассчитана на читателей 6-12 лет.

Проблемно-тематическую направленность газеты рассмотрим в контексте игрового коммуникационного пространства. Контент газеты нередко от первой до последней полосы подчинён логике игры, которая начинается неожиданно, без предупреждения и в финале соединяется с реальностью. Первоначальная ориентированность на младший школьный возраст привела к конструированию искусственно смоделированной реальности, в том числе и с виртуальным образом не только в тексте, но и в целом в композиционно-графической структуре издания – в данном случае это сказочный неунывающий персонаж Незнайка, герой повести Н. Н. Носова «Приключения Незнайки и его друзей». Метафорический образ обыгрывает и само название газеты, которое вызывает в памяти удивительные приключения коротышек из Цветочного города; здесь пунктирно обозначен и сюжет повести. Редакция используется заход-

¹ См. Приложение №2.

обращение к читателю не от имени конкретного журналиста, а от имени собирательного образа самого издания – Незнайки. Создаётся поистине беспрецедентная игровая коммуникация: ребёнок не только слышит несуществующих героев, но и сопереживает им. Идея повести о Незнайке проходит красной нитью не только потому, что периодически печатаются интересные части из этой повести: феномен «выдуманного образа автора» присутствует и в рубрикации газеты. Например, «*Мастерская ВШ*» (Винтик и Шпунтик), «*Знайкины штучки*» (Знайка), «*Мисс Синеглазка*» (Синеглазка), «*Великий кутюрье*» (Иголочка), «*Коротышка Кузбасса*» (Торопыжка), «*Сиропчик рекомендует*»/«*Пончик рекомендует*» (Сиропчик и Пончик), «*Лаборатория профессора Звёздочкина*», (профессор Звёздочкин), «*Ну а дружба начинается с улыбки*», «*Звёздный дождь*» (Кнопочка), «*Игровая комната*» (Тюбик), «*Видеоатас!*» (Кадрик), «*Ты + я*» (доктор Пилюлькин), («*Лаборатория Незнайкиного детектива*» (милиционер Свистулькин), «*Компьютерные забавы*» (Программчик, Штучка), и мн.др. Не все герои из повести, но их «профессия» как-то связана с Цветочным городом.

Парадоксально, но художественный вымысел создаёт иллюзию реальности, чему в немалой степени способствует и привязка к конкретному произведению, и сохранение «художественных» биографий персонажей, а также подражание стилю и языку героев повести. Игровой вербальный текст предполагает определённый характер включённости в игровую коммуникацию *автор – текст – реципиент*, поэтому газета воспринимается читателями как живой собеседник; эффект участия настолько силен, что стимулирует не всегда осознанную детьми склонность к цитатности, подражанию, даже взаимодействию с героями и авторами публикаций, но дидактика оказывается скрытой благодаря юмору и игровому началу. Идея персонажей-посредников, ставшая интуитивным откликом редакции на особенности возрастной психологии, оформилась как доминирующая составляющая концепции издания.

Тип читательской аудитории. Трансформацию образа своего читателя красноречиво отражают слоганы газеты: «Для маленьких и не очень маленьких читателей»¹, «Детская развлекательная газета»², «Развлекательная газета для детей и подростков»³. Аудиторию рекреативных детских газет можно характеризовать как *аудиторию с потребностью в рекреации*, желанием отдохнуть, развлечься, стремлением к эмоциональной разрядке. Эти читатели – активные участники конкурсов, чьи работы (рисунки, письма в редакцию и т.п.) создают контент.

Образ коммуникатора (газеты)

Равенство психологических позиций коммуникатора и аудитории реализуется в интерактивных формах общения с аудиторией, что более всего возможно, когда газета имеет амплуа *ровесника*, который воспринимается детьми как хорошо знающий свою аудиторию (когнитивный аспект), искренне её уважающий (эмоциональный аспект) и умеющий общаться с ней на равных (поведенческий аспект) коммуникатор.

Характер взаимоотношений с аудиторией

Рекреационная модель детской прессы предполагает взаимодействие с аудиторией в рамках отношений «коммуникатор – аудитория», так как именно редакция газеты является модератором игровой реальности и в рамках коммуникативного поля газеты создаёт виртуальный образ не только в тексте, но и в композиционно-графической структуре.

Формы связи с аудиторией

Рекреация в детской газете обладает особыми, специфическими приёмами выражения, собственными выразительными средствами, методами подготовки материалов, формами и способами общения с аудиторией. Детская газета «Незнайка» предлагает богатый ассортимент конкурсов с целью привлечения аудитории в рамках системы отношений «ребёнок – ребёнок»:

¹ Незнайка. – 1991. – №1 (январь).

² Незнайка. – 1991. – №3 (февраль).

³ Незнайка. – 1993. – №1 (январь).

- «Мисс Синеглазка» (для девочек): конкурс на лучший рассказ или рисунок;
- «Супермен» (для мальчиков): прислать остроумный рассказ;
- «Фантастическое троеборье»: викторина;
- «Смехотворный марафон»: сочинить смешные истории;
- «Шедевры из Переделкина»: переделать известные стихотворения;
- «Музыкальная викторина»;
- «Однобуквенный рассказ»;
- конкурс на лучшие проекты для Вселенда (Вселенд – страна Весёлых Чудес);
- «Как в кино»: чья частушка самая ядрёная и забористая?
- «Ёлки-палки, хрен-морковь»: чья любовная история достойна выйти на большой экран?
- «Самая задыхающаяся история»;
- «Самый счастливый финал»;
- «Великий кутюрье».

Все ответы, рассказы, проекты присылаются в редакцию детьми. Газета активно осваивает Интернет-пространство: до 2009 г. работал «Развлекательный информационный детский портал «Незнайка»» (<http://gazeta-neznaika.ru>), ориентированный в большей степени на младших школьников; изменение группы целевой аудитории внесло коррективы и в виртуальное пространство – редакция запустила новый сайт, центральными вкладками на котором являются «Блог», «Форум», «Обратная связь» (<http://neznaechka.ucoz.ru>).

Подводя итоги, подчеркнём: рекреационная модель детской газеты с доминирующими гедонистической и рекреативной функциями (вариант «взрослые и дети для детей») предполагает создание коммуникационного интерактивного пространства, инструментом моделирования которого является игра. Через игровое участие, обязательным условием которого выступает единый язык и, самое главное, единое понимание ситуации

общения, рекреация реализуется оригинально и многообразно. Отличительная черта такой рекреации в том, что она в какой-то степени помогает противостоять наплыву западной (главным образом американской) культуры, формируя соответствующие национальному характеру способы поведения и общения, прививает сложившиеся веками ценности. Информация, передаваемая таким игровым способом, имеет не только обучающий, сколько познавательный характер. Интерактивность же определённо следует рассматривать как позитивное достижение детской газеты, которое обязательно повлечёт за собой начало конструктивного диалога, на основе которого может быть создан уникальный, полезный (по крайней мере, в определённых пределах) и оригинальный контент.

Понятие эффективности детской газеты в работе определяется такими показателями, как социальная значимость контента, неукоснительное следование правовым и этическим нормам, популяризация приоритетов государственной политики в области просвещения и образования, удовлетворение психологических потребностей в познании окружающего мира, высокий уровень профессионализма и мастерства сотрудников редакции. В соответствии с этими характеристиками в современном детском медиaprостранстве выделяются четыре актуальные для российского общества концептуальные модели профилизации детской газеты, ориентированные не на идеологические установки, а на новые, диалоговые формы массового информационного общения: просветительская журналистика, развивающая журналистика, диалогичная журналистика, рекреационная журналистика. Каждая концептуальная модель «программирует» читателя, конкретизируя доминирующие векторы чтения.

Глава 3. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ДЕТСКИХ ГАЗЕТ

В целом главные проблемы российского рынка детской прессы сводятся к специфичности возраста аудитории и выполняемым ею социальным функциям, поэтому необходимость государственной программы поддержки средств массовой информации для детей и подростков за счёт средств, выделяемых государственным бюджетом, очевидна¹. Остановимся на некоторых специфических рекомендациях редакциям детских изданий, связанных с возрастными и психологическими особенностями читателей.

1. Работа с детской аудиторией требует особой деликатности и филигранного подхода, поэтому способы и механизмы взаимодействия должны быть адекватны возрасту². Следует избегать примитивизации и излишней карнавальности.

2. Мало удовлетворить информационные потребности детей: они активные медиапользователи, участвующие в создании контента³, аудитория должна рассматриваться не как объект воздействия, а как субъект взаимодействия, поэтому типологическая модель должна быть интерактивной, динамичной, развиваться на основе систематического мониторинга потребностей целевой аудитории. Среди основных форм интерактивного взаимодействия, встречающихся в массовой коммуникации, для младших школьников и подростков наиболее эффективно *вовлечение*, подразумевающее обращение к читателю как соавтору, а также *метод инспирирующего диалога*, предполагающий заинтересованное и самое активное непосредственное участие аудитории в подготовке материала⁴.

¹ См.: Социальная ответственность средств массовой информации для детей и юношества: рекомендации круглого стола 9 февраля 2011 г. // Факультет журналистики МГУ. – URL: <http://www.detlitlab.ru/?cat=18> (дата обращения: 22.11.2013).

² См. об этом: Лебедева Т. В. Детское радиовещание : специфика общения с аудиторией : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. В. Лебедева ; Моск. гос. ун-т. – М., 1989. – С. 8.

³ Зверева Е. А. Просьюмер в современном медиапространстве / Е. А. Зверева // Акценты: новое в массовой коммуникации : альманах. – Воронеж. – 2010. – Вып. 1-2. – С.23–27.

⁴ Лебедева Т. В. Детское радиовещание : специфика общения с аудиторией : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. В. Лебедева ; Моск. гос. ун-т. – М., 1989. – С. 9.

3. Сотрудничество с детской невозможно без организационно-массовой работы. Конкурсы, движения, экспедиции, читательские конференции, юнкорские отряды и пр. не оставляют читателей пассивными потребителями информации, развивают творческие способности.

4. Вымышленные персонажи в детском издании – это оригинальный приём, позволяющий совместить потребности детской аудитории в игре и развлечении и традиционные дидактические задачи детской журналистики. С психологической точки зрения, введение персонажа, чьё поведение имитирует общение, вызывает у детей, как правило, встречную эмоциональную реакцию, стимулирует диалог.

5. На данном этапе личностного развития СМИ воспринимаются детьми как доминирующее средство познания мира. Индивидуальных фильтров, осуществляющих критическое, избирательное потребление информации, пока ещё нет. Именно эта аудиторная группа в большей степени внушаема и поддаётся манипулированию. В этом контексте особенно актуально говорить о профессионализме и этичности штатных сотрудников редакции.

Детская периодика пытается найти способы выживания на информационном рынке. Исследователь С. А. Петрова констатирует, что с начала перестройки (1985 г.) и до конца 1990-х гг. детские издания, оказавшиеся без финансирования, стремятся к расширению своей аудитории за счёт выпуска новых аудио-, видео-, мультимедийных приложений («Колобок и два жирафа», «Клёпа» и др.), использования имиджа популярных телепередач («Спокойной ночи, малыши!», «Ералаш» и т.д.). Интересным ходом представляется появление новых журналов под «старыми» названиями, позиционирующих себя продолжателями традиций ранее существовавших («Детское чтение для сердца и разума», «Новая игрушечка», «Чиж и Ёж» и др.). Крупные российские издательские дома увеличивают количество детских журналов для разных возрастных групп

(издательства «Весёлые картинки», «Карапуз», «Аргументы и факты», «Лазурь» и т.д.); создаются совместные издательские концерны с основной долей иностранных инвестиций, расширяющие аудиторию за счёт производства детских, подростковых и молодёжных журналов чаще всего развлекательного характера (Издательский дом «Бурда», «Эгмонт. Россия. LTD» и др.)¹.

В условиях жёсткой конкуренции с другими ресурсами, давления западных детских изданий, ограниченной финансовой поддержки нам представляется особенно важным учитывать собственные возможности редакций, поэтому в своей работе мы намеренно сосредоточились на более узких, конкретных направлениях их работы, связанных с поиском новых форм и методов работы, переоценкой отношений с читателем, уточнением социальной направленности. Эти меры также позволяют повысить качество детских газет и расширить аудиторию, причём без существенных денежных затрат. Исходя из этого, считаем целесообразным обозначить следующие перспективные направления: внедрение интерактивных форм общения, развитие самодеятельной прессы (в рамках непрофессионального медиаобразования), сегментирование детской аудитории, создание сетевых версий детских газет.

3.1 Интерактивные формы общения с аудиторией

В условиях детского «прочтения» часто решающим в случае стимулирования интереса является элемент формы, а не содержания, поэтому объективно существует актуальная потребность в изучении форм работы с детской аудиторией. Универсальных эталонов общения с читателями нет, стереотипные формы организационно-массовой работы «взрослых» изданий в сфере детской прессы подвергаются серьёзной корректировке, вместе с тем совершенно очевидным представляется, что общение с детской аудиторией

¹Петрова С. А. Детская сетевая пресса Франции / С. А. Петрова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2007. – №5. – С. 12.

должно быть диалоговым, стремиться к интерактивности. *Интерактивность* – такое качество коммуникативного процесса, которое обеспечивает устойчивую обратную связь и постоянное взаимодействие между коммуникаторами в противовес однонаправленному, линейному общению, и позволяет переключиться на ситуацию не только диалога, но и речевого взаимодействия¹. Особенно актуально это для детской газеты, которая ориентирована на социально активного читателя.

Думается, поиск стимулов, побуждающих детскую аудиторию сотрудничать с прессой, в силу сложности и многоаспектности обсуждаемого явления можно найти, изучая опыт успешных детских редакций. Лидером здесь является, без сомнения, газета «Пионерская правда», много лет инициировавшая общественные, экологические, спортивные движения. Однако мы намеренно расширим сферу нашего научного исследования и рассмотрим формы взаимодействия с аудиторией других детских федеральных газет. Особо подчеркнём: анализируемые формы работы представляют собой результат творческого поиска сотрудников редакций.

С точки зрения обогащения опытом в сфере работы с детьми имеет смысл обратиться к содержательной модели газеты «Антошка»². Мы изучили контент всех номеров с 1993 по 2006 гг., поэтому имеем возможность говорить о газете, учитывая историю её развития. Тематическая и содержательная модель первых номеров определялась направлениями программы деятельности Союза детских организаций Ульяновской области, собственно детского творчества было мало. Однако с каждым новым номером редакция вводила интересные рубрики, практиковала широкий спектр игровых публикаций: дидактические игры (шарады, кроссворды, задачи и т.п.), игровые стихи, публикации в жанре игры. В 2005 г., юбилейном для «Антошки» (12 лет), редакция называет главные принципы своей работы: «Издание газеты на основе работ читателей, газета должна

¹Шестерина А. М. Интерактивная журналистика: учеб. пособие. / А.М. Шестерина. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2007. – С. 4–7.

² См. Приложение №2.

быть доброй, нести своим читателям тепло и радость»¹. Таким образом, «Антошку» нельзя отнести к самодеятельной прессе: её создают взрослые для детей. Однако сотрудничество с аудиторией – базовый концептуальный аспект, свидетельством чему является продуманная система рубрик (постоянных и «плавающих»), отражающих основной контент газеты: «*Антошкины новости*», «*Читальный зал*», «*Живой уголок*» (рассказы детей о рыбках, хомячках, кошках, немецких овчарках и пр.), «*Помогай-ка*» (кулинарные рецепты, практические советы по домоводству, «лечение» книг), «*Давай поговорим*», «*Игротека*» (загадки, кроссворды, шарады, анаграммы), «*Школа игротеки*» (правила построения ребусов, шарад), «*Милый друг*», «*Задачки деда Семёна*», «*Перекрёсток*» (знакомства детей), «*Откровения*», «*Школьные новости*», «*Агентство "Юнкор"*» («*Новости со всех сторон*»), «*Ля-ля-фа*» (широко известные песни, дворовые песни), «*Проба пера*», «*Даём советы*», «*С Днём рождения*» и т.д. Иногда читатели на конкурсной основе сами придумывают и рисуют персонажей, которые ведут эти рубрики: например, рубрику «*Пока все в школе*» ведёт рисованный персонаж Школьный звонок, рубрику «*Телевести*» – Телекон, «*Карандашик*» (рисунки детей) – Карандашик, «*Живой уголок*» – кот Полосатик, «*Окно в природу*» – Флорик, «*Открытую переписку*» – Письмёнок и его помощница Письменочка, «*Ля-ля-фа*» – Нотка, подрубрику «*Приветы*» – Перекрёсток. Содержание этих рубрик представляет собой не просто набор материалов – по возможности, сообщения читателей комментируются.

Обратимся непосредственно к формам работы с аудиторией:

- работа с письмами читателей («Откровения», «Школьные новости», «Агентство "Юнкор"», «Новости со всех сторон», «Давай поговорим», «Живой уголок», «Открытая переписка»);
- лотерея (условие: каждое 14 письмо с анкетой – призовое);
- музей газеты «Антошка» (любые экспонаты, выполненные своими руками);

¹ Антошка. – 2005. – №1 (январь). – С. 1.

- клуб юных журналистов, свои материалы ребята публикуют на страницах «Антошки» (интервью с выставок, репортажи и т.д.);
- «Книга жалоб и предложений» в рубрике «Советник» (деловые предложения газете присылают читатели, ставят «Антошке» оценки);
- «Книга рекордов «Антошки»»: имена читателей-«рекордсменов»;
- «газета в газете»: собственные «газеты» маленьких читателей с тестами и рисунками¹;
- *конкурсы*, проводимые на страницах газеты: конкурс на лучшую эмблему и лучший экспонат в «Антошкин» музей, традиционный ежегодный конкурс-игра «*Ромашка*», нацеленный на развитие воображения (придумать названия к традиционным урокам; нарисовать растение или животное, которого никогда не существовало, и дать ему название; сочинить историю про собаку, которая живёт в холодильнике; составить текст объявления о покупке хорошего настроения и пр.), ежегодный конкурс «*Веснушки*» (нарисовать Антошку весной, сочинить небольшую сказку или повесть на тему «Антошка и весна»), *литературный конкурс* на лучший рассказ или стихотворение, конкурс на лучший рисунок Антошки (персонаж газеты) и изготовление Антошки-куклы («Вам могут помочь взрослые»), *конкурс любителей собак и кошек; конкурс на девиз для газеты*. О конкурсе на девиз для газеты следует сказать особо: он проходил в течение 2005 г., слоганы придумывали сами читатели, с каждым новым выпуском они появлялись на первой полосе: «Весёлая газета для мальчишек и девчонок», «Антошка» – газета, которую делают дети всей России. Присоединяйся и ты!», «Добрая газета для всех девчонок и мальчишек: серьёзных, умных, шалунишек», «Газета с чудесами для всех девчонок и мальчишек», «Замечательная газета, которую делают дети всей России», «Газета интересная, добрая, полезная для наших ребяташек – девчонок и мальчишек». Современный слоган – «Газета, которую делают дети всей России» – тоже придуман детьми.

¹См. например: Шляпа // Антошка. – 1994. – №1 (январь); Медвежонок // Антошка. – 1994. – №2 (январь).

Интересной игровой формой сотрудничества представляется открытие в газете Некоммерческого банка «Интеллектуал» («НБИ-б»). Чтобы стать вкладчиком, надо прислать копии квитанций подписчика. Клиентом банка может стать любой читатель газеты, который отвечает в течение года на вопросы (какая газета была первой, вопросы по школьным предметам и т.д.). Каждый из ответов оценивается определённой суммой условных денег – «антиков». Если сообщение верно, сумма переводится на счёт. В конце года каждый читатель на сумму набранных очков получает вознаграждение.

Ежегодно редакция подводит итоги, чьё детское имя появляется на страницах газеты чаще. Награждение происходит по номинациям: «Самый интересный кроссворд», «Самая интересная задачка», «Самая классная идея», «Самый весёлый» и пр.

Подобные интерактивные формы работы позволяют сделать детскую газету, в частности «Антошку», более популярной и востребованной, донести до читателей мнение редакции, наладить диалог и установить плодотворный контакт. Применение рассмотренных форм решает задачи, связанные с привлечением аудитории и расширением детского авторского коллектива. При переходе к новым, более популярным на текущий момент формам общения с подрастающим поколением это обстоятельство, бесспорно, приобретает особую актуальность и в долгосрочной перспективе позволяет сфокусироваться на интерактивности детской газеты как на её определяющем позитивном достижении. Отметим также, что назвать все формы работы с детской аудиторией, безусловно, невозможно, учитывая, что в редакциях современных детских газет постоянно изобретают и придумывают что-то новое.

Научный интерес в этой связи представляет обзор современного состояния детских газет стран ближнего зарубежья (Республика Беларусь). В данном случае нас интересуют формы работы с аудиторией. В ходе личного знакомства с деятельностью детских минских газет автором исследования были установлены следующие формы и методы активизации аудитории,

практикуемые редакциями: краткосрочные творческие проекты, соревнования, слёты; встречи юных корреспондентов с интересными людьми, ветеранами; марафоны, трудовые и благотворительные акции, выездные мастер-классы, «трудовые десанты» по озеленению территорий, тимуровское движение, пресс-конференции, информационные акции в детских учебных коллективах, работа очно-заочной школы юных корреспондентов и пр. Редакционные коллективы выступают инициаторами программ для юных, долгосрочных государственно важных проектов (например, газета «Переходный возраст» – инициатор проекта «Юные журналисты Беларуси и России о Союзном государстве»), детских благотворительных акций. Так, в 2011 г. газета «Переходный возраст» (главный редактор Жанна Шчурок) организовала социокультурную акцию «Почитаем!». Оценим масштаб и стратегию редакционной политики: акция предусматривала, помимо сбора и передачи книг в детские дома семейного типа, проведение серии мероприятий в поддержку чтения, блиц-интервью с известными личностями о значении чтения в жизни, а также подготовку цикла тематических публикаций на страницах газеты. Однако формальной «кабинетной» работой дело не закончилось: «литкортеж» «Переходного возраста» посетил детские дома некоторых областей Республики Беларусь, где организовал «минутки чтения», литературные викторины, творческие вечера. Редакция провела флешмобы, объединившие издателей и читателей в стремлении помочь детям с особенной судьбой; познакомила школьников с новинками белорусских издательств, организовала презентации проектов в пользу чтения, коллективно обсуждала и обсуждает на своих страницах прочитанные произведения и ищет новые имена в детской литературе. В течение года редакция «Переходного возраста» также проводила творческий конкурс «Живые голоса истории», сборник очерков победителей вышел отдельной книгой.

Итак, нынешние условия функционирования прессы для детей демонстрируют, что в борьбе за привлечение целевой аудитории возрастает

потребность в комплексном преобразовании структуры детской печати, поиске новых эффективных приёмов и методов общения, способных не только заинтересовать современного читателя, но и развивать его нравственный и интеллектуальный потенциал.

3.2 Развитие самодеятельной школьной прессы

Специалисты в области ювентологии, науки о молодёжи, считают, что для успешной программной политики издания необходимо правильно представлять систему ценностей, обычаи, одежду, моду, музыку, танцы и прочее, характеризующее мир тех, кому минуло «надцать» лет¹. Субкультура – культура относительно мелких групп с собственными нормами, нравами и привычками, нередко противоречащими господствующим в обществе правилам². *Детская субкультура* — в широком значении — все, что создано человеческим обществом для детей и детьми³. Ещё одно определение детской субкультуры представлено в психологическом словаре – смысловое пространство ценностей, установок, способов деятельности или иной конкретно-исторической социальной ситуации развития⁴. До недавнего времени детскую субкультуру не принимали во внимание в процессе становления и развития ребёнка, как и сам период детства. Медленно и постепенно формировался современный взгляд на ребенка как на сравнительно самостоятельного и активного социального индивида. Лишь 20 ноября 1989 г., после единогласного принятия Ассамблеей ООН Конвенции о правах ребёнка дети и подростки юридически стали независимыми личностями. Однако впервые представление про детей как субэтнос было сформулировано в работах М. Мид: ребёнок – равноправная и значимая личность, субъект информационного пространства и

¹Вяткина Л. А. Подростковая самодеятельная пресса в системе средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вяткина Любовь Анатольевна. – М., 1997. – С. 35–36.

²Ремшмидт Х. Подростковый и юношеский возраст : проблемы становления личности / Х. Ремшмидт. – М. : Мир, 1994. – С. 110–111.

³Абраменкова В.В. Детская субкультура: содержание, функции, значение в культуре / В. В. Абраменкова. – URL: <http://www.portal-slovo.ru/art/36717.php> (дата обращения: 30.08.2013).

⁴Шапарь В. Б., Россоха В. Е., Шапарь О. В. Новейший психологический словарь/ В. Б. Шапарь, В. Е. Россоха, О. В. Шапарь.– Ростов н/Д : Феникс, 2007. – С. 178.

преобразующая социальная сила. Дальнейшее развитие эта идея получила в исследованиях русского философа И. С. Кона и психолога М. В. Осориной¹.

Детская субкультура – это мир детей «для себя»: необходимые механизм и форма существования ребёнка в информационном пространстве. Приобщаясь к традиционной культуре детей, ребёнок принимает возрастные нормы поведения, учится эффективным техникам решения трудных ситуаций, исследует границы дозволенного, решает свои эмоциональные проблемы, познаёт мир, себя и окружающих людей. В детской субкультуре просматривается своеобразный способ освоения ребёнком новых сторон социальной действительности, способность самоутвердиться в коллективе сверстников и среди взрослых. Содержание детской субкультуры – не только актуальные для официальной культуры особенности поведения, сознания и деятельности, но и социокультурные инварианты – элементы различных исторических эпох, архетипы бессознательного коллективного, зафиксированные в детском языке, мышлении, игровых действиях, фольклоре. Профессор И. С. Кон выделяет три главные подсистемы этой культуры: 1) детская игра, 2) детский фольклор и вообще художественное творчество, 3) общение, коммуникативное поведение детей². Петербургский учёный, философ, культуролог, профессор М. С. Коган говорит о том, что культура детства двуслойна. Один ее слой – культурные формы, создаваемые взрослыми для ребёнка. Второй – формы его собственной деятельности. Творчество взрослых позволяет ребёнку приобщиться к достижениям истории культуры, и через процессы распредмечивания стать культурным человеком. Таким образом, человек является не только творцом культуры, но и её творением³.

С. Б. Цымбаленко выделяет следующие функции детской субкультуры: во-первых, это социализация, формирование идентичности; во-вторых,

¹Осорина М. В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых / М. В. Осорина. – СПб. : Питер, 2000. – 368 с.

²Кон И. С. Подростковая сексуальность на пороге XXI века. Социально-педагогический анализ / И. С. Кон. – Дубна : Изд-во «Феникс +», 2001. – С. 126.

³Исаев Д. Н., Коган В. Е. Половое воспитание и психогигиена пола у детей / Д. Н. Исаев, В. Е. Коган. – Л. : Медицина, 1980. – С. 47.

детская субкультура предоставляет экспериментальную площадку для самореализации; в-третьих, она служит психологическим укрытием, защитой от неблагоприятных воздействий взрослого мира; в-четвёртых, она выполняет культуuroохранительную функцию – особую миссию по сохранению того, что забыто, утрачено в истории человечества¹. Таким образом, детская субкультура обладает неисчерпаемым потенциалом вариантов развития личности.

В настоящее время складывается многоуровневая градация субкультуры детства: дошкольная, школьная, подростковая и юношеская. Субкультуру школьного периода можно дифференцировать тремя периодами: начальные классы (дети 6/7 – 10/11 лет), среднее звено (дети 11/12 – 15/16 лет – подростки) и старшее звено (16 – 18 лет)². В разных периодах детства особую важность приобретают различные элементы: для дошкольников и младших школьников – игры, считалки, дразнилки, загадки, для детей 8 – 12 лет – другой фольклорный репертуар и традиции, для старших подростков – мода, организация неформальных групп и разнообразные правила общения. В Европе и США разрабатываются специальные государственные программы по предоставлению возможностей подросткам проявить себя путём зарабатывания средств, общественного самоуправления. У нас эту задачу в советское время выполняли пионерская и комсомольская организации, ученическое самоуправление, которые и стали частью субкультуры детей и подростков.

По мнению С. Б. Цымбаленко, ветвью детских и подростковых субкультур являются самодеятельные средства массовой информации и коммуникации, посредством которых социализируется подрастающее поколение современной России³. В этом контексте следует вести речь о детском печатном издании как субкультурном явлении. Специфика

¹Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – С. 31.

²Абраменкова В.В. Детская субкультура: содержание, функции, значение в культуре / В. В. Абраменкова. – URL: <http://www.portal-slovo.ru/art/36717.php> (дата обращения: 30.08.2013).

³Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – С. 33.

самодеятельной прессы активно изучалась и изучается. Если говорить о зарубежных исследованиях, то следует выделить таких практиков и теоретиков школьной периодики, как Жак Гонне, Януш Корчак, Поль Робен, Джон Дьюи, Селестен Френе. Из отечественных исследователей обращаются к теме юнкорской прессы в своих работах Л. А. Вяткина, А. П. Гостомыслов, А. А. Журин, И. А. Руденко, Н. Л. Кулакова и др. Системный и завершённый характер носит монография Ю. Б. Балашовой¹.

В данной работе речь пойдет о части медийного массива, определяемого как «самодеятельная пресса» – *школьных газетах*, т.е. периодических изданиях, выпускаемых в рамках одного учебного заведения (школы, колледжа, центра дополнительного образования и т.п.) силами обучающихся. История издания самодеятельных ученических журналов в России насчитывает более двух веков. В дворянских семьях и закрытых учебных заведениях традиция домашней детской прессы культивировалась и в XIX в., и в начале XX, но все это были по большей части опыты в изящной словесности, истории, философии². В начале XX в. ситуация поменялась. Возникли школы, в которых детская «самиздатовская» пресса всерьез влияла на учебный процесс; постепенно детская газета из пространства чистого самовыражения стала местом обретения социальных навыков и самоопределения. После революции 1917 г. детское юнкорское движение в России стало развиваться в духе коммунистического воспитания. Появляется свойственный тому времени тип издания идеологической направленности – стенгазета. Современный подростковый самиздат возник в конце 1980-х гг., в разгар перестройки, которая сильно повлияла и на профессиональную печать. Пиком в развитии и распространении школьных СМИ можно считать вторую половину 1990-х гг. С приходом в нашу жизнь информационных технологий школьная пресса переживает второе рождение (примерно с 1995 г.). Стали

¹Балашова Ю. Б. Школьная журналистика Серебряного века / Ю. Б. Балашова. – СПб. : С.-Петербургский гос. ун-т, 2007. – 114 с.

²Вяткина Л. А. Подростковая самодеятельная пресса в системе средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вяткина Любовь Анатольевна. – М., 1997. – С. 67–69.

традиционными фестивалями, конкурсы, выставки (городские и областные конкурсы школьных изданий, Всероссийский конкурс «Больше изданий хороших и разных», Всеукраинский фестиваль школьной прессы «Один плюс один», ежегодный конкурс «Издательская деятельность в школе» (г.Санкт-Петербург) и мн. др.).

Кроме того, школьная самодеятельная газета играет ключевую роль в построении новой парадигмы навыков общения со СМИ. Культура здравого восприятия, развивающая умственную активность и творческие способности читателей, зрителей, слушателей в общении с современными средствами коммуникации, необходима, чтобы отличать действительно ценные произведения и сведения от многочисленной информационной «чепухи». О.Б. Шергова видит проблемы взаимодействия СМИ и школы в России в усугублении противоречий между всё возрастающей популярностью медиатекстов, являющихся важнейшим рычагом воздействия определённого культурного формата на молодое поколение, и смысловым ценностным полем социокультурного характера¹.

Зарубежный опыт свидетельствует, что выпуск детских газет и журналов – элемент общего социально-культурного образования. По методу знаменитого французского педагога Селестена Френе с 1920-х гг. во многих учебных заведениях активно развивалось движение юных журналистов, выпускавших школьные, лицейские и университетские газеты. Так появился термин **«медиаобразование»**, являющийся логичным звеном в системе отношений «коммуникатор – информация – реципиент». История медиаобразования насчитывает уже не один десяток лет, но разные исследователи вкладывают разный смысл в это понятие. Под медиаобразованием понимают и профессиональную подготовку журналистов, и непрофессиональное обучение медиаграмотности и даже использование СМИ в обучающих целях. В данном исследовании под

¹Шергова О. Б. Лингвистические компоненты медиаобразования: теория речевого воздействия / О. Б. Шергова // Вестн. Моск. гос. ун-та Серия 10. Журналистика. – 2010. – №2. – С. 168.

медиаобразованием понимается процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникационных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекста, обучения различным формам самовыражения при помощи медиаиндустрии¹. Профессор И. А. Фатеева в зависимости от целей выделяет профессиональное и непрофессиональное (синоним – массовое) медиаобразование². Непрофессиональное образование обращено к массовой аудитории и готовит компетентных потребителей медиа и, как следствие, обеспечивает эффективное функционирование самих СМИ. Исследователь считает, что в идеале медиазнания и медиаумения должны быть центральным элементом системы образования и необходимым звеном средней школы. Анализируя международный опыт в сфере медиаобразования, отметим, что европейские страны демонстрируют примеры большего влияния государства на образовательную сферу³. Там и медиаобразование, как правило, в большей степени стимулируется, направляется и финансируется образовательными и другими государственными ведомствами. Глобальное практическое решение проблемы массового медиаобразования в российской школе – дело будущего. Сегодня же можно говорить о фрагментарном охвате этим видом формального образования детей школьного возраста через следующие формы⁴:

— *целенаправленное медиаобразование школьного или межшкольного характера*, осуществляемое в школах или центрах дополнительного образования (организация собственного издательского проекта);

¹Петрова С. А. Детская сетевая пресса Франции / С. А. Петрова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2007. – №5. – С. 150.

²Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И. А.Фатеева. – Челябинск : Изд-во Челябинского гос. ун-та, 2007. – С. 25.

³См. об этом: Зверева Е. А., Капустина Г. Л. Модели школьного медиаобразования в России и за рубежом / Е. А. Зверева, Г. Л. Капустина // Актуальные проблемы международного сотрудничества в области науки и образования: мат-лы III Международной научн.-практ. конф. (заочной). 25 марта 2011 г. / отв. ред. А. В. Прохоров. – Тамбов, 2011. – С. 19–27..

⁴Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И. А.Фатеева. – Челябинск : Изд-во Челябинского гос. ун-та, 2007. – С. 34.

— *медиаобразование, осуществляемое спонтанно* (через проведение разовых акций), чаще всего межпредметного типа;

— *медиаобразование в специализированных* (журналистских) *классах* или в классах более широкого (чаще всего гуманитарного) профиля, в которых преподаются курсы по журналистике.

Кроме школ, медиаобразовательную деятельность с подростками осуществляют учреждения дополнительного образования и сами редакции. А в последние годы со школьниками активно стали работать и вузовские преподаватели журналистики. Внедрение идей медиаобразования в России может быть достигнуто только при активной поддержке государства. Один из основных тормозящих его развитие факторов – отсутствие подготовленных в необходимых масштабах медиапедагогов; сказывается и недостаток обеспеченности учебно-методическими материалами школ.

Одной из ключевых целей медиаобразования, как отмечает О.Б. Шергова, является формирование навыков критического восприятия СМИ, которое может возникнуть только у владеющего определённым «инструментом» понимания механизмов работы СМИ реципиента¹. С этой позиции, на наш взгляд, и следует рассматривать самодеятельную прессу в школе. Привычка чтения школьной газеты со временем превратится в потребность чтения периодики. Первое в России детское и юношеское информационное агентство «Юнпресс» работает с 1989 г.² Самодеятельная пресса сегодня стала массовым явлением. Результатом многолетней прицельной работы со школьными СМИ стал образовательный портал «Школьная пресса». По данным Реестра школьной прессы России (RSPR), ежегодно в стране выходит более трех миллионов школьнических выпусков (а если посчитать маленькие газетки и сборнички, то свыше 12 миллионов). Круг читателей одного школьного издания в России может

¹Шергова О. Б. Лингвистические компоненты медиаобразования: теория речевого воздействия / О. Б. Шергова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №2. – С. 170.

²Руденко И. А. Детская и юношеская пресса / И. А. Руденко // Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. – С. 197.

насчитывать от ста до нескольких тысяч человек, учитывая самих подростков, их родителей, родственников, педагогов¹. Школьные газеты уникальны, и потому рассматриваются как самостоятельные, занимающие отдельную нишу. Проанализируем их функционально-целевое назначение и проблемно-тематическую направленность. Материалом для исследования послужили школьные самодеятельные издания, представленные на образовательном портале «Школьная пресса»².

Функционально-целевое назначение

Детская самодеятельная пресса обеспечивает сферу реальной социальной деятельности, позволяющей детям реализовать творческий потенциал, а также способствует подготовке подрастающего поколения к разрешению социальных проблем³. Ориентация в гигантском круговороте информационных потоков, осознание собственной позиции по отношению к современным СМИ, воспитание гражданской активности, привычка просто читать и читать прессу – вот основные задачи школьного издания. Школьную газету сейчас можно рассматривать как средство создания настоящего крепкого творческого коллектива, воспитания, формирования общественного мнения. Кроме того, школьная пресса — уникальный источник сведений о том, что на самом деле происходит сейчас в российской школе.

Школьные газеты издаются детьми и подростками, но в абсолютном большинстве случаев при активной помощи и руководстве со стороны взрослых, которые оказывают и различного рода учебно-методическую помощь юнкорам. Создание школьной редакции может инициироваться как «сверху», руководством школы, так и «снизу», самими учениками. Существует несколько вариантов появления в школе своего печатного

¹Школьная пресса: образовательный портал. – URL: <http://portal.lgo.ru/about/info/Spravka1.htm> (дата обращения: 30.08.2013).

²Там же.

³Школьник А. Я. Детская самодеятельная пресса как фактор социального воспитания подростков : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Школьник Александр Яковлевич. – Кострома, 1999. – 143 с.

органа: *вынужденный, стихийный и фундаментальный*¹. Вынужденный вариант: администрация решает создать газету из имиджевых соображений, приказом назначает куратором ответственного и серьёзного учителя, а «назначенец» отбирает в инициативную группу ребят. При стихийном варианте идея зарождается внутри детского коллектива. Фундаментальный вариант предполагает симбиоз двух предыдущих, когда уже на начальном этапе обе стороны могут услышать и понять друг друга, – этот удачный и перспективный дуэт подросткового максимализма и мудрого педагогического руководства, наверное, самый желательный вариант.

Какое издание следует считать самостоятельным? Исследователь Н. Л. Кулакова определяет следующие разновидности медиаобъединений, характерные для самодеятельной детской (подростковой) прессы²:

1. детская (подростковая) пресса + администрация школы;
2. детская (подростковая) пресса + школьный совет;
3. детская (подростковая) пресса + редакция (группа), издающая рекламное приложение;
4. детская редакция + подростковая редакция + объединённая редакция для детей и педагогов (родителей) + рекламное издание;
5. организация работы школьных редакций на базе внешкольных учреждений.

В школьной журналистике невозможно выделить конкретные *типы изданий*, что объясняется непрофессиональным характером выпускаемых СМИ. Газеты в школах доминируют³. У большинства из них формат А4 и журнальная периодичность – 1 раз в месяц (возможна и другая периодичность: несколько раз в месяц, раз в четверть, раз в полгода и даже раз в год). Иногда учебные заведения выпускают издания, ориентируясь на

¹Танкова Л. Школьная газета от «А» до «Я» / Л. Танкова // Первое сентября. – 2003. – № 43. – С. 12.

²Кулакова Н. Л. Медиаобъединение в самодеятельной школьной прессе / Н. Л. Кулакова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2007. – №3. – С. 100–106.

³Школьная пресса: образовательный портал. – URL: <http://portal.lgo.ru/about/info/Spravka1.htm> (дата обращения: 30.08.2013).

какие-то даты (календарные праздники, юбилеи). Тогда правильнее вести речь об информационных вестниках.

Особая **функция**, реализуемая школьной прессой, – *функция общения*, очень важна *функция формирования медиакультуры*, включающая в себя информационную защиту школьников, коммуникативные умения, формирование критического мышления учащихся, выстраивание собственной системы ценностных ориентаций¹. На первый план выходит воспитание в детях личностных качеств, гражданской позиции и полноценная адаптация творческой личности подростка к социальным условиям. Кроме того, создание школьной газеты позволяет установить более тесные *микросоциальные связи* внутри школы. При этом газета обеспечивает возможность диалога в школьном пространстве не только между детьми, но и между детьми и учителями, детьми и их родителями, учителями и родителями. М. Е. Аникина считает эту функцию важнейшей в молодёжных изданиях и называет её *функцией организации и поддержания общественного диалога*². Редакции большинства школьных газет представляют собой ещё и своеобразные группы по интересам, поэтому *коммуникативная функция* доминирует. Кроме того, периодическое издание в школе может быть «мастерской» будущих профессий, связанных с выпуском СМИ: журналиста, филолога, художника, программиста, фотографа, бухгалтера, управленца и пр. Газета может стать и средством приобретения навыков коммерческой деятельности.

Проблемно-тематическая направленность школьных газет обусловлена местом их издания и распространения. Главная тема школьной прессы – школьная жизнь в самом широком смысле: увлечения ребят, их заботы, их общие радости и печали, сомнения и открытия. Никаких проблем общественной жизни школьная пресса в массе своей не замечает, да и

¹Бондаренко Е. А., Жулин А. А. О состоянии медиаобразования в России и в мировой практике: аналитический доклад / Е. А. Бондаренко, А. А. Жулин. – URL: <http://www.ifapcom.ru/ru/news/757> (дата обращения: 30.08.2013).

²Аникина М. Е. Молодежные издания / М. Е. Аникина // Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской. – М., 2009. –С. 178.

проблемы собственно школьной жизни вскрывать не стремится. Чаще всего в школьных изданиях для освещения выбираются самые позитивные моменты будней, всевозможные внеклассные мероприятия, путешествия и т.д. Тема любви, отношений между полами интересует любого подростка, эти размышления проявляются в виде грустных стихотворений о несчастной любви, «разговора по душам».

По данным образовательного портала «Школьная пресса», основные герои публикаций ученики и учителя¹. Первые как участники описываемых мероприятий и событий, учителя попадают на страницы газет крайне редко. Сегодня школьные СМИ не обличают двоечников и хулиганов, а наоборот, нацелены на популяризацию здорового образа жизни и знаний. Философские вопросы школьной прессы: «Кто я? Кто мы? Почему мы такие? Какими мы хотим быть?» – поднимаются через раскрытие личности ученика – героя и автора публикаций. Как ни странно, но самая сложная, самая проблематичная для школьных изданий тема – учителя и их работа. Именно в освещении учительского труда на страницах школьной прессы встречается больше всего пустых и затертых банальностей. Очень часто учителя заменяет несколько условных масок: он либо остроумный юморист, либо «пострадавший» недотёпа, либо адресат сезонных поздравлений.

О **жанрах** в школьной газете можно говорить условно, поскольку о жанрообразующих признаках дети в большинстве своём имеют смутное представление, ограничивающееся рамками узких знаний по литературоведению. В связи с этим чаще всего встречаются смешанные тексты: эссе, рассказы, коротенькие истории с непредсказуемым, но обязательно благополучным окончанием, стихи, потому по своей жанровой структуре школьная газета может считаться альманахом. Новости – традиционный информационный жанр – приобретают специфическую окраску. События, происходящие в школе, уже известны читателям, так как

¹Школьная пресса: образовательный портал. – URL: <http://portal.lgo.ru/about/info/Spravka1.htm> (дата обращения: 30.08.2013).

они – непосредственные их участники, а может быть, и инициаторы. Поэтому чаще всего появляется сообщение о чём-либо через призму детского взгляда. Жанр новостной заметки авторы путают с жанром репортажа, и из-под их пера выходят материалы, представляющие симбиоз этих двух жанров. Распространено в школьной прессе интервью, героями которого становятся и без того всем известные люди: директор, популярные учителя, ученики. К сожалению, случается так, что им предлагаются одни и те же вопросы, не предполагающие в ответе ничего индивидуального. Проблемный очерк предстаёт на страницах школьной прессы как попытка найти ответы на волнующие вопросы, иногда предметом отображения выступает некая проблемная ситуация, а иногда автор материала просто выражает своё мнение по тому или иному тревожащему его вопросу. Распространены на страницах «откровения» юнкоры: они делятся своими переживаниями и чувствами, обсуждают те вопросы, которые взрослые считают «детскими». Парадоксально, но именно такие материалы и привлекают внимание сверстников: в этих не журналистских в профессиональном значении текстах читатели узнают себя. У современных школьников хорошее чувство юмора, и они не боятся демонстрировать его. Конечно, этот юмор добрый, но вот элементы сатиры и пародии в нем непременно присутствуют.

Жак Гонне уверен, что истинным адресатом статей и заметок, стихов или эссе, рисунков и фотографий являются родители ребят¹. По мнению французских педагогов и психологов, именно школьные издания могут стать спасительным мостиком между подростками и родителями, так как только там может быть услышан «крик души» одинокого подростка, обращённый к отсутствующим взрослым².

Рассмотрим модель школьной газеты «Вестник лицеиста», издаваемую муниципальным автономным общеобразовательным учреждением (МАОУ) лицеем №6 г. Тамбова под руководством диссертанта с 2008 г. Издание

¹Гонне Ж. Школьные и лицейские газеты / ред. и вст. ст. А. В. Шарикова. – М. : Юнпресс, 2000. – С. 137–139.

²Там же. – С. 145.

представляет собой полноцветную газету формата А4 объёмом 10 – 11 полос. Периодичность у газеты чёткая – 1 раз в месяц. Верстается она в программе MS Publisher, распечатывается на собственном цветном принтере, тиражируется на собственном ксероксе, распространяется бесплатно и только в стенах лицея. Целевая аудитория: учащиеся 7-11 классов, учителя и родители. Возникновение издания шло по «вынужденному» варианту – инициатива исходила от руководства лицея. Сейчас можно с уверенностью констатировать излишнюю «парадность» газеты, её «верноподданнический» тон и соответствие, скорее, интересам взрослых, нежели детей. Газета была в большей степени престижным атрибутом школы.

За всё время её существования неоднократно менялись не только дизайн, но и концепция издания. В 2010 г. с целью выявления «силуэта» читателя, формирования психологического портрета среди лицеистов, читателей газеты, было проведено небольшое исследование: учащимся предлагались вопросы, выявляющие их информационные потребности и интересы¹ (вопросы для анкеты составлены с опорой на методики С. Б. Цымбаленко, А. В. Шарикова, С. Н. Щегловой²). Результаты исследований показали (было опрошено 75% учащихся 7-11 классов (311 чел.))³, что тип лицейской аудитории – «коммуникативный»: ребята нацелены на обсуждение в газете увиденного и услышанного, своего мнения о лицейских «реформах» (47%), они готовы рассказать о себе и своих друзьях (21%), поделиться своими успехами и проблемами (14%). Подростков волнует в большей степени информация о сегодняшнем дне (69%), им интересно прочитать о себе (29%), своих друзьях (27%), о лицее и происходящих в нём событиях (25%), об учителях (14%). Приоритетные для них темы: проблема «не такой, как все» (35%), конфликты с родителями и учителями (29%), одиночество (25%), взаимоотношения с противоположным полом (9%).

¹См. Приложение №3.

²Цымбаленко С. Б., Шариков А. В., Щеглова С. Н. Российские подростки в информационном мире / С. Б. Цымбаленко, А. В. Шариков, С. Н. Щеглова. – М. : Юнпресс, 1998. – 215 с.

³См. Приложение №4.

Таким образом, читателей лицейской газеты можно описать как *аудиторию, нацеленную на социальную идентификацию, самопознание и самоутверждение*. Было решено сосредоточить внимание на проблемах детей и донести их видение мира до взрослых, поэтому в «Вестнике лицеиста» новый вид получили логотип, рубрики и даже расположение материалов на полосе. Цель – организация коммуникативного пространства, установление диалога с взрослыми, сплочение детского и взрослого коллективов.

«Вестник лицеиста» содержит материалы информационного, художественного, публицистического характера. Лицейсты-журналисты стараются давать свою интерпретацию произошедшим событиям, делятся впечатлениями от увиденного или пережитого. Характерные жанры: информационное сообщение, репортаж, отчёт, интервью, зарисовка, фельетон, эссе, очерк, статья. В газете достаточно распространена практика сопровождения информации пояснениями, оценками «экспертов», которыми становятся преподаватели-предметники, заместители директора.

Материалы газеты распределяются по полосам: «*Будни*», «*Пресс-диалог*», «*Учение с увлечением*», «*Лаборатория проблем*», «*Форум*», «*Вернисаж*», «*Обзор*». Чёткий и продуманный рубрикатор получил выражение в следующем расположении материалов. Колонка главного редактора (директора лицея) имеет постоянное название «*Пять событий месяца глазами директора*» – рубрика «*Блиц-рейтинг «ВЛ»*»; лицейские новости – «*Обратная связь*», «*Чемодан новостей*»; тематическое интервью с гостями лицея, его выпускниками или учителями – «*Прямая линия*», «*Персона*»; интервью с героями номера – «*ОБЪЕКТИВНО*»; специальный проект лицея «*Стань звездой*» – рубрика «*Звёздная коллекция*»; проект «*Новое старое лицо*» – о выпускниках лицея; проблемная статья – «*О чём звонит колокол*», «*Дайте слово*», «*Термометр*»; рубрики педагогов – «*Своевременные мысли*», «*Музейная палитра*»; сообщения о достижениях и победах – «*Горячий повод*»; литературное творчество лицейстов –

«Интеллектуальная роскошь», «ПЕРОчинная мастерская», «Свежая волна»; репортажи – «С места события»; фоторепортажи – «Всевидящее око». Героями становятся не только успешные ученики, но и рядовые, а также заместители директора, учителя, техперсонал. Гости рубрики «Прямая линия»: учителя-предметники, интересные личности, которых дети встречают вне школы (преподаватели вузов, педагоги дополнительного образования, чиновники, журналисты, выпускники). Газета инициирует и запускает проекты, рассчитанные и на целые классы («КЛАССный проект» – своеобразная «визитная карточка» класса). Иногда на страницах разворачиваются бурные дебаты, происходит столкновение идей. Тогда газета становится настоящим форумом¹. Но главное: «Вестник лицеиста» выступает как инструмент диалога с родителями. Редакция стремилась создать газету, где ребёнок обсудит любые волнующие его вопросы, поделится своими радостями и тревогами. Совершенно логично поэтому, что одной из самых главных тем в «Вестнике лицеиста» является тема семьи. Это находит своё отражение в стихах, вымышленных историях, журналистских расследованиях о столкновениях «отцов и детей»².

Диалог на страницах издания ведут как ученики, так и педагоги. Перелистывая страницы номеров, можно с уверенностью констатировать, что на общем фоне статей про какие-нибудь забавные приключения во время каникул или про события повседневной жизни, в газете всё же преобладает общение со старшими. Так, не торопясь, легко и искренне, директор лицея ведёт разговор о поведении лицеистов, размышляет об ориентирах современного общества, сообщает об изменениях в учебном плане, педагогических технологиях, используемых педагогами в практической

¹См. например: Форма: «за» и «против» // Вестник лицеиста. – 2008. – №1 (сентябрь). – С. 4; Лицеисты! Обедать! // Вестник лицеиста. – 2009. – №2 (октябрь). – С. 3; Меломания // Вестник лицеиста. – 2009. – №2 (октябрь). – С. 6; На зарядку становись! // Вестник лицеиста. – 2009. – №5 (декабрь). – С. 5; Камеры в лицее. Зачем? // Вестник лицеиста. – 2010. – №1 (сентябрь). – С. 7; Экстернат глазами очевидца // Вестник лицеиста. – 2010. – №2 (октябрь). – С. 5 и т.д.

²См.: Новый год – семейный праздник? // Вестник лицеиста. – 2009. – №5 (декабрь). – С. 3; Патриоты ли мы? // Вестник лицеиста. – 2010. – №6 (февраль). – С. 7; Ищем ценности жизни // Вестник лицеиста. – 2010. – №7 (март). – С. 8 и т.д.

деятельности¹. Для корреспондентов газеты и учеников, принимающих участие в дискуссиях, обращения самого главного человека в школе вызывают не только гордость, но и заставляют почувствовать ответственность за каждое своё слово.

Помимо работы в школьной газете, учащиеся постоянно выполняют практические задания городской прессы. Открываются оптимальные условия для работы в режиме индивидуальной и коллективной деятельности. Выпуск газеты сопряжен с факультативом «Мастерская юного журналиста». Возможности такого обучения в рамках дополнительного образования А. А. Журин называет специализированным (социокультурным) медиаобразованием². Нам кажется, что это наиболее разумный подход к решению проблемы организации самодеятельной школьной прессы. Ребята получают общее представление о жанрах, законах оформления газетной полосы, посещают редакции. Главная особенность таких занятий – исследование контента региональных печатных и электронных СМИ. Профессор А. П. Короченский подчёркивает необходимость развития медиакритики, которая играет роль не только своеобразного гида, помогающего ориентироваться в бурных (а иногда – и мутных) потоках массовой информации, но и вырабатывать навыки самостоятельной оценки всего того, что предлагает своей аудитории печатная и электронная пресса³. Она способна стать защитником интересов общественности в её взаимоотношениях с «информационной индустрией». На занятиях обсуждаются способы подачи журналистского текста, приёмы манипуляции сознанием, зрительный ряд телепередач, ответственность журналистов за материалы, соответствие написанного и показанного действительности (в

¹См. например: О камерах и экстернате // Вестник лицеиста. – 2010. – №3 (декабрь). – С. 5; Подумаем о спорте свысока... // Вестник лицеиста. – 2011. – №5 (январь). – С. 2; Мода проходит. А что остаётся? // Вестник лицеиста. – 2011. – №7 (март). – С. 2.

²Журин А. А. Информационная безопасность как педагогическая проблема / А. А. Журин // Педагогика. – 2001. – № 4. – С.48–55.

³Короченский А. П. Медиакритика в теории и практике журналистики : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Короченский Александр Петрович. – СПб., 2003. – С. 17.

рамках города это не так сложно). По сути, эти знания вооружают детей навыками безопасного и ответственного поведения в социуме.

Опыт детской и юношеской самодеятельной прессы (вариант «дети для детей») в нашей стране богат, оригинален, имеет длительную историю. Лицо, стиль, характер, содержание школьной прессы определяются в первую очередь потребностями школы. Главную скрипку в школьном издании играет сам ученик. В этом и заключается уникальность феномена школьной журналистики – автор и читатель стоят примерно на одной ступени личностного развития, находятся примерно в одной обстановке и являются «героями» публикаций. Создавая определённые условия, можно добиться, чтобы пресса играла в школе ту же роль обмена мнениями, что и в обществе. Журналистская деятельность имеет огромное практическое и профориентационное значение для школьников, помогает находить в жизни нравственные ориентиры. Школьная газета представляет собой свидетельство диалога между учебным заведением и подростками, между подростками и их родителями, между школой и обществом.

Выделим несколько ключевых моментов в развитии самодеятельных изданий.

— Самодеятельная школьная пресса воспитывает грамотных медиапотребителей и потенциальных читателей газет. Привычка читать школьную газету перестает в потребность читать прессу, что особенно актуально в современных условиях, когда отсутствует культ домашнего семейного чтения, поэтому «растить» своего читателя нужно со школьной скамьи.

— Школьным издателям не хватает профессиональных знаний в области журналистики, поэтому необходимо обучение занимающихся школьным издательским делом педагогов и учеников. Полезным будет обращение к зарубежному опыту. Так, показательным проектом в сфере медиаобразования во Франции является «Неделя прессы в школе» (*Semaine de la Presse dans l'école*), которая проводится с 1976 г. «Неделя прессы» нацелена на

совместную работу школьников с профессиональными журналистами, в процессе которой учащиеся сами должны выяснить способы функционирования массмедиа (радио, телевидение, пресса) в основном с помощью имитационных творческих заданий¹.

— Удачной представляется такая форма организации школьной газеты, когда она выпускается в рамках факультатива, элективного курса по журналистике и является своеобразной зачётной работой детей.

— В течение последних десятилетий новые информационные технологии стали причиной многочисленных изменений. Многие детские и молодёжные газеты и журналы приходят в сетевое пространство. Можно говорить уже не только о сетевой прессе, организованной взрослыми для детей, но и о собственно «детской прессе», которую готовят в основном дети и подростки.

С. А. Петрова констатирует, что во Франции распространена модель сетевой прессы «дети – детям»². Речь здесь в большей степени идёт о многочисленных детских блогах как персональных дневниках. С. А. Петрова отмечает, что среди блоггеров больше всего подростков (половина населения Франции в возрасте 15-19 лет уже создали свои блоги, в то время как после 25 лет блоггеров всего 9%). Такие сетевые медиаформы, как форум, интернет-конференции, доски объявлений – это источники ценной информации, а также средства обратной связи с читателями. Кроме того, учитывая всё возрастающую популярность Интернета, это одно из главных средств привлечения внимания к школьной газете.

— Школьная пресса с каждым годом не только разрастается, но и эволюционирует, растёт в профессиональном плане. Новая тенденция – формирование целых групп изданий, формирование в школах настоящих издательств, не ограничивающихся выпуском одной газеты, а работающих сразу над несколькими изданиями, ориентирующимися на разные интересы школьной аудитории.

¹Петрова С. А. Детская сетевая пресса Франции / С. А. Петрова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2007. – №5. – С. 149.

² Там же. – С. 151.

Согласно информации, представленной на сайте образовательного портала «Школьная пресса»¹, во многих странах мира, в особенности в Западной Европе, информационные возможности школьных СМИ максимально используются государственными ведомствами, занимающимися реализацией молодёжных программ². И только в России органы государственной власти явно недооценивают их мощный педагогический и информационный ресурс. Очевидно: детская журналистика – характерный атрибут школьной, шире – детской субкультуры, и в этом смысле должна входить в культурное пространство в контексте общественной жизни, а не вопреки ей. Чтобы изменить положение дел в лучшую сторону, требуется осмысление сложившейся ситуации, разработка мер государственной поддержки школьных издательств и грамотно выстроенная, чёткая система медиаобразования, которая обладает колоссальной воспитывающей силой и большим потенциалом влияния.

3.3 Модель «газетной семьи»: приложения и тематические выпуски

Сегментирование потребительского рынка – один из инструментов продвижения информационной продукции. В приложении к изучению детской аудитории это означает, что важно определить читательские потребности детей и подростков, их увлечения, специфические тематические интересы, чтобы таким образом максимально персонифицировать диалог. Очевидная сегментация рынка детских изданий, по сути, является закономерным следствием необходимости удовлетворить дифференцированные информационные потребности детей, учитывая социально-психологические особенности разных детских групп и характер потребления информации. Сегментирование возможно в двух направлениях: тематическом (выпускать узкопрофильные тематические издания) и

¹Школьная пресса: образовательный портал. – URL: <http://portal.lgo.ru/about/info/Spravka1.htm> (дата обращения: 30.08.2013).

²К примеру, во Франции вопрос о статусе школьных изданий был предметом обсуждения на парламентских дебатах, результатом которых стал льготный почтовый тариф для пересылки школьных и лицейских газет (тогда он был определён в сумму 2 франка в год). В Польше и Германии созданы специальные государственные архивы для школьной периодики.

аудиторном (издание направлено не на массового читателя, а на определённую возрастную категорию).

Обозначим возможные векторы *тематической сегментации детских изданий*: увлечения (спорт, музыка, искусство, литература, мода, животные и пр.), вероисповедание, предметная направленность (экология, химия, физика, краеведение и пр.). Чаще всего тематическая обособленность выражается в выпуске отдельных приложений, хотя это не всегда рентабельно, поскольку интересы детской аудитории слишком подвижны и изменчивы. Поэтому детские газеты в большинстве своём имеют расширенные рубрики или тематические вкладыши, практикуют тематические выпуски. Как отдельный сегмент также можно выделить ещё и *самиздатовские приложения* к основному детскому изданию.

Возрастная сегментация основывается на указанных детской психологией стадиях детского развития, в соответствии с которыми, как мы уже упоминали, И. А. Руденко выделяет четыре типа изданий: для дошкольников, для младших школьников, для подростков, для старшеклассников.

Наличие приложений в детской газете – уже своего рода уникальность. Для освещения «практической» эффективности сегментирования потребительского рынка мы остановимся на рассмотренных нами выше моделях отечественных детских газет, которые имеют тематические приложения.

«Юная Москва» и «Олимпионик» – приложения «Пионерской правды» – не только логическое продолжение газеты, но и воплощение разных тематических направлений.

Приложение «Юная Москва» (выходит с 1 сентября 1995 г.) продолжает традицию просветительской журналистики: освещает литературные, культурные события современной детской и молодежной жизни столицы, а также рассказывает о календарных исторических событиях страны, связанных с городом; много материалов, посвящённых

популяризации культурных достижений и направленных на просвещение юного поколения (например 2010 г.: освещается деятельность межрегионального благотворительного общественного фонда «Новые имена»; репортажи с концерта «Культура – третьему тысячелетию. Поколение – век XXI», с XVII Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Шаг в будущее», с VI Всероссийской выставки-ярмарки образовательной и детской литературы «Читай-ка» и пр.)¹. Все материалы о культурно-образовательных событиях объединены временем и участием в них детей. Есть письма детей, но событийный компонент – оперативная информация – фиксируется штатными корреспондентами. В «Олимпионике»² находит отражение «спортивная» тематика: аэробика, хоккей, шахматы, фигурное катание, фехтование, бокс, борьба, стрельба, горные лыжи, молодёжные лыжные экспедиции и под. Один из традиционных сезонных проектов – «Школа юного лыжника». Стиль: эмоционально, ёмко, лаконично, спортивный жаргон. Жанры: репортажи, новости, интервью с участниками и победителями Олимпийских игр.

Итак, редакция «Пионерской правды» в процессе моделирования тематических приложений газеты в целом ориентируется на группу юных читателей – жителей Москвы. Контент «Олимпионика» отражает социальный заказ по пропаганде здорового образа жизни, популяризации спорта: материалы отвлечённые, часто хаотичные, носят обзорный характер.

Обратимся к тематическим выпускам и приложениям липецкой областной детской газеты «Золотой ключик». Приложением следует считать «Преображение», тематическим выпуском – «Сыроежку». Кратко остановимся на их содержательных моделях.

«Сыроежка»³ – экологический выпуск, который имеет название, тематику, рубрикацию. Собственной нумерации у него нет; периодичность свободная – по мере накопления материала. Концепцию определяет уже

¹ Юная Москва : приложение к газете «Пионерская правда». – 2010. – №1,3,5,7,11,15,17.

² Олимпионик : приложение к газете «Пионерская правда». – 2010. – №2,4,6,12,18,36.

³ Сыроежка : экологический выпуск // Золотой ключик. – 2011. – 19 апреля; 26 июля.

слоган: «Экологический выпуск для тех, кто учится и учит». Выпуск готовится совместно с сотрудниками Липецкого областного эколого-биологического центра, заповедника «Галичья гора». Каждый номер «Сыроежки» – *тематический*. Так, например, №8 рассказывает о деятельности областного эколого-биологического центра¹, а №15 посвящён «краснокнижным» растениям, животным и грибам Липецкой области, обозначена тема выпуска: «По страницам Красной книги Липецкой области»². В газете обязательно есть рассказы детей о своих домашних питомцах, интересных случаях в лесу, отрывки из произведений К. Г. Паустовского; отметим, что все кроссворды, загадки, шарады, конкурсы (например, «Цветы под окном» – рассказать о своей клумбе и прислать её фото в редакцию), даже анекдоты – экологической направленности. Освещаемые события: походы, эксперименты, меры предосторожности при пожарах. Рубрики и тематически полосы: «Зелёные на страже природы», «Зелёный доктор», «Сделаем вместе!», «О минералах», «Читаем классика», «Птичья страница», «Юные животноводы», «Кроссворизм» («Мумуворд»), «Внимание: конкурс!», «Моя малая Родина», «Рассказ о ветеринаре», «Весенняя выставка», «Обхохочешься!» и пр.

Идея приложения **«Преображение»**³ – духовно-нравственное воспитание юных читателей, о чём свидетельствуют уже названия рубрик: «Православные праздники», «Святые земли русской», «Храмы родного края», «Таинства церкви», «Защитники веры», «Быть человеком», «Благое дело», «Свет негасимый», «Детский мир». Рассчитано оно на обучающихся воскресных школ, а также на детей из православных верующих семей.

Возрастные границы детской аудитории подвижны, и при переходе от одного возраста к другому отношение ребёнка к действительности изменяется не сразу. Способ организации газетного дела, основанный на подходе, когда газета «растёт» вместе со своим читателем, весьма

¹ Сыроежка : экологический выпуск // Золотой ключик. – 2011. – 19 апреля.

² Сыроежка : экологический выпуск // Золотой ключик. – 2011. – 26 июля.

³ Преображение : приложение к газете «Золотой ключик». – 2011. – №1,3.

продуктивен. Такая «газетная семья» охватывает всех, с оговоркой, что для каждого детского возраста подходит своё издание. У «Золотого ключика» есть приложение **«На вырост!»**, целевая аудитория которого – читатели 15-18 лет, старшеклассники и студенты, т.е. это приложение для тех, кто уже оторвался от основной газеты, но подходящее издание для себя ещё не нашёл. Получается, что газета ведёт своих читателей, чтобы передать их «взрослым» изданиям. Само приложение представляет собой ½ номера «Золотого ключика». Есть своя нумерация, периодичность не чёткая, но в среднем – 1 раз в месяц. У приложения есть эпиграф, который помещается на обложке газеты: «...Из подростков создаются поколения. Ф. М. Достоевский». О демократическом характере приложения говорит слоган: «Откровения подростков, почти не зависимые от взрослых»¹. В этом ракурсе можно говорить о полифоническом диалоге, разворачивающемся на полосах газеты, благодаря которому создаётся всесторонняя картина освещаемой проблемы, а аудитория рассматривается не как объект воздействия, а как субъект взаимодействия. Сформулировать этот базовый концептуальный аспект позволяет и система рубрик, отражающих основной контент газеты:

- *информирование*: «**Главная** тема номера» (интервью проводят студенты и школьники вместе со штатным журналистом), «**На** зависть», «**На** удивление», «**На** доску почёта!»;
- *воспитание патриотизма*: «Малая родина», «Дружим странами», «**Наше** наследие» (итоги и находки областной краеведческой конференции), «**На**едине со всеми» (о живописных уголках города);
- *просвещение*: «**Нескучная** классика» (о классической литературе, музыке, искренних чувствах, занимательные факты из жизни великих писателей и пр.), «**Модная** жизнь» (мода и гармония), «**Комната** смеха» (необычные истории из жизни великих людей);
- *организация диалога*: «**Нам** всем урок» (обсуждение актуальных культурных проблем), «**Испытание на** прочность» (о дружбе), «**Наш**

¹ На вырост : приложение к газете «Золотой ключик». – 2012. – №1, 4, 6, 7, 11.

соцопрос» (выбор будущей профессии), «Такая разная любовь» (истории о любви), «**На** айсберге», «И это всё о нас» (обсуждение правил поведения, норм морали), «Портрет **на** фоне» (герои – школьники или студенты, авторы – юные корреспонденты), «**Начало**» (о своих увлечениях, о выборе профессии журналиста).

В названиях рубрик прослеживается единообразие, связывающее их с названием приложения «**На** вырост!»: частица «**на**». Интересно, что практически все материалы подготовлены юными журналистами, которые являются частыми гостями редакции, где неформально и проходят обучение.

Такая продуманная сегментация позволяет редакции грамотно планировать и осуществлять маркетинговую политику. В качестве перспектив развития нужно отметить следующее: приложения и тематические выпуски должны быть дополнением к газете, иметь строгую периодичность, свой дизайн и формат, поэтому пока «Преображение» трудно классифицировать как полноценное приложение, поскольку выпускается оно дискретно, вследствие чего говорить и об устойчивом читательском интересе к нему сложно. «Сыроежка» как тематический выпуск подменяет собой газету. Приложение «На вырост!» более успешно и популярно именно потому, что нашло «своих» «активных» читателей и заняло постоянную нишу. Хочется надеяться, что в ближайшее время для редакции сложится благоприятная в экономическом отношении ситуация и будет возможно издание полноценных приложений и тематических выпусков.

«**Пилот**»¹ – тематическое приложение к тамбовской областной школьной газете «Ровесник». Каждый выпуск представляет собой подборку статей по какому-либо направлению в науке (физика, химия); технике; много материалов по краеведению (история Тамбовского края и Тамбова). «Пилот» – своеобразное дополнение для любознательных детей. Материалы проходят строгий отбор и потому отличаются интересной формой подачи, образным языком. Их объединяет принцип: «Только то, что интересно детям!». Научно-

¹ Пилот : приложение к газете «Ровесник». – 2011. – №1-12.

познавательный характер приложения очевиден, при этом статьи о физических явлениях соседствуют с историями из жизни учёных, с интересными наблюдениями, советами психологов, бытовыми «подсказками». Думается, редакции нужно продумать чёткий перспективный план формирования каждого нового выпуска «Пилота»: анализ контента издания обнаруживает, что иногда материалы повторяются, чёткой рубрикации нет, не прослеживается тематическое и композиционно-графическое единство с основной газетой. Сложно выделить ядро «активных» читателей приложения, поскольку тема выпусков разная.

Механизм сегментирования детской аудитории активно работает и в информационном пространстве для детей Республики Беларусь: там существуют республиканские газеты для всех возрастов («Зорька», «Переходный возраст», «Знамя юности»). В проекте – структурное преобразование сектора печатных СМИ для детей, организация информационного издательства, которое могло бы обеспечить выпуск газет и журналов с чёткой дифференциацией по возрастам, интересам и тематическим направлениям.

Обобщая сказанное, подчеркнём: наличие тематических выпусков и приложений у детских газет свидетельствует об устойчивых тематических приоритетах «своих» аудиторий. В связи с этим важно нацеливать сотрудников редакции на освоение «специализаций», которых требует изучение того или иного материала. Любопытно, что журналисты-практики зачастую отказываются от отдельных приложений, аргументируя это нерентабельностью такого газетного продукта, поскольку интересы детей неустойчивы. Более функциональными они считают листы-«вкладки» или тематические полосы, которые по мере необходимости в соответствии с запросами читательской аудитории выходят вместе с основной газетой. Нам представляется, что в данном случае решающим фактором становится ареал распространения издания: в регионах, где численность небольшая и многих читателей редакция «знает в лицо», может быть достаточно тематической

полосы. А вот для федеральной детской газеты приложение может стать эффективным инструментом успешного маркетинга.

3.4 Сетевые версии детских газет

Формирование личности современных детей и подростков, их установок, мотивов, ценностных ориентиров и поведенческих навыков происходит в конвергентном пространстве – на стыке виртуального мира и реальности. Подростки пользуются Интернетом для общения с друзьями и сверстниками, наставниками, участвуют в сетевых сообществах по интересам, выполняют школьные задания, следят за успехами любимых спортивных команд, музыкантов, читают новости, скачивают музыку, фильмы, изучают Wikipedia. В информационном обществе нет недостатка в информации, напротив, её слишком много. «Человек, не способный фильтровать её, отбрасывая ненужную, растеряется и утонет», – бьёт тревогу Т. Х. Эриксен¹. Обилие информации приводит к неспособности её переварить, осмыслить, особенно при отсутствии соответствующего интеллектуального воспитания, образования и мировоззренческих знаний. Вместо того чтобы выстраивать знания в шеренгу, чёткую логическую последовательность, информационное общество предлагает каскады знаков, которые более или менее случайно связаны между собой, что порождает мифологическое восприятие действительности².

Необходимость создания электронных версий детских печатных газет мы рассмотрим в двух аспектах: с точки зрения целей и потребностей целевой аудитории и с точки зрения наполнения Интернет-пространства. Для современного подростка цифровой мир есть не что иное как продолжение реального. Цифровые технологии стали неотъемлемой частью его жизни, но в целом личная идентичность сегодня мало чем отличается от того, чем она была в прошлом. Интересно, что в современной практике всё большую

¹Эриксен Х. Т. Тирания момента. Время в эпоху информации/ Х. Т. Эриксен. – М. : Весь мир, 2003. – С. 128–129.

²Там же. – С. 131.

научную обоснованность получает понятие «цифровое поколение». Описывая «цифровое поколение», Джон Полфри и Урс Гассер – исследователи Беркманского центра по изучению Интернета – предпочитают называть его племенем¹. В эту «популяцию» они включают тех, кто был рожден после 1980 г. и вырос одновременно с бурным развитием Сети. По мнению учёных, социологический портрет «цифрового поколения» образуют такие качества, как «тотальная» креативность, инновационность (подразумевающая разрушение и отказ от традиционных устоявшихся форм в бизнесе и построении деловых отношений – демократичность), информированность, благодаря постоянной включённости в поисковую деятельность, многозадачность (способность решать несколько когнитивных задач одновременно). Исследователи также определяют и проблемные зоны «цифрового поколения» – информационную перегруженность и как следствие – снижение способности оперировать знаниями (т.е. систематизировать информацию, последовательно её осваивать, выстраивать логические связи, структурировать материал), Интернет-зависимость, контакты со злоумышленниками и доступ к «опасному» контенту (проявления агрессии, домогательства, призывы к насилию, порнография), трансформация (порой разрушительная) понятий личного пространства, защиты данных, авторских прав. Вообще подростковая аудитория – самая агрессивная и нонконформистская, но в то же время легко поддающаяся манипуляции. Поэтому так важно создать для подростков здоровую информационную среду, работать с юной аудиторией через каналы массовой информации – настоятельное требование сегодняшнего дня.

К подрастающему поколению пользователей Сети (к «цифровому поколению») мы, согласно возрастной периодизации Д. Б. Эльконина, относим детей и подростков, не достигших восемнадцатилетнего возраста, т.е. несовершеннолетних. К группе подростков – тех, кому от 11 до 15 лет

¹Палфи Дж., Гассер У. Дети цифровой эры / Дж. Палфи, Урс Гассер. – М. : Эксмо, 2011. – С. 14.

(включительно). Пользователи возрастом до 11 лет рассматриваются как дети.

Вернёмся к наполнению Интернет-пространства. Сеть представляет собой привлекательную нишу для размещения любого контента, в том числе и такого, который может нанести ущерб психическому и физическому здоровью юных пользователей. Важно помнить, что для каждой стадии их развития характерны свои особенности поведения, поэтому для каждого возраста существуют более или менее характерные угрозы и риски. Американские исследователи выделяют три группы угроз психологической безопасности детей и подростков в Интернете¹:

- нежелательные контакты (которые могут привести к сексуальному насилию);
- кибербуллинг: оскорбления, агрессивные нападки, преследования в Сети;
- «опасные» материалы (порнография, видеоролики, изображения и тексты сексуального, экстремистского характера, призывы к насилию).

Отечественные исследователи среди рисков и угроз в Сети также называют Интернет-зависимость и выделяют целый ряд проблем, связанных с процессом социализации. Среди них – недостоверная и навязчивая информация, нарушение прав человека, проблема изоляции и утраты «Я», проблема в формировании идентичности, вред физическому здоровью, девальвация нравственности, снижение культурного уровня, вытеснение и ограничение традиционных форм общения, негативные социальные влияния². Ещё одна проблема – нежелательный или «опасный» контент, под такое определение подпадают разнообразные материалы, но большинство исследователей фокусируются на тех, которые содержат сцены насилия (фильмы, музыка, изображения) и порнографию.

¹Цит. по: Годик Ю. О. Угрозы и риски безопасности детской и подростковой аудитории новых медиа / Ю. О. Годик. // Медиакоп. 2011. – Вып.№2. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/841> (дата обращения: 12.02.2013).

²Восприятие Интернета детьми и подростками России: результаты межрегионального исследования 2009 г. // Официальный сайт Фонда развития Интернет. – URL: <http://www.fid.su> (дата обращения: 13.02.2013).

Всероссийской газете «Пионерская правда» и липецкой областной детской газете «Золотой ключик», на наш взгляд, удалось выстроить грамотную систему диалога с читателем в условиях Интернет-пространства.

Дублирующая детскую газету Интернет-версия – самый распространённый вариант конвергенционного процесса. Рассмотрим сайт Всероссийской газеты для детей и подростков «Пионерская правда». С 2005 г. редакция газеты запустила Интернет-приложение газеты – «Пионерка.ru» (<http://www.pionerka.ru/>). В 2010 г. «Пионерка.ru» была зарегистрирована как детско-юношеский информационный Интернет-портал. Сегодня это и официальный сайт газеты, и официальное электронное средство массовой информации, и электронная версия газеты. Краткий и запоминающийся электронный адрес, соотносимый с названием газеты, делает портал доступным при поиске в Сети. Главную страницу отличает привлекательный красочный дизайн, не перегруженный картинками и не замедляющий загрузку страниц и восприятие информации. С этой страницы можно перейти в рубрики, изучить тематические блоки, освещающие крупные культурно-просветительские акции: «*Читать здорово*», «*Пионерка+мы*», «*Пробуем перо*», «*Всероссийские соревнования по лыжным гонкам*» (на призы газеты «Пионерская правда»). Свежий номер распространяется в виде подборок материалов в одноимённых с газетой рубриках, всё время по одно и тому же адресу, а затем переносится в архив. Рубрик на портале больше, чем в бумажной версии газеты. В архив вносятся по возможности все номера, что обеспечивает возможность поиска статей и информации по заданным пользователем условиям. Подача материала отличается большей, чем в газете, интерактивностью: пользователям предлагается оставлять свои комментарии, присылать на электронный адрес материалы, голосовать за понравившиеся работы во Всероссийском литературном конкурсе «Пробуем перо»¹. Грамотно построено освещение проекта по защите прав ребёнка и правовой грамотности «Имею право!».

¹ <http://probuempereo.pionerka.ru>

Чтобы легче ориентироваться в правовой информации, на странице проекта размещены рубрики-подсказки для детей: «Если нужна помощь...», «О проекте», «Это интересно», «Очень нужен ваш совет», «Спроси юриста», «Мой КОДЕКС» – и для взрослых: «Родителям (+18)», «Педагогам (+18)»¹. Информация изложена доступным языком и легка для восприятия. Интерактивностью отличается и проект «Пионерка»+мы!» (с 2011 г.), основанный на идее сотрудничества редакции со школьными и городскими пресс-центрами, кружками юных журналистов, даже редакциями региональных детских газет. «Пионерка.ру» предлагает вместе создать страничку города этой команды на «Пионерке»+» и наполнять её новостями о городе, о жизни детей в городе, детскими материалами².

У Липецкой областной газеты «Золотой ключик» тоже есть свой сайт (<http://goldkey.lpgzt.ru>), соотносимый с печатной версией газеты. Мы уже обсуждали особенности «онлайновой» жизни подрастающего поколения, из этого напрашивается прямой вывод, что работа детских газет немыслима без их представительства в социальных сетях (онлайн-сервис, позволяющий организовывать коммуникацию между большими группами людей, связанных общими целями). Самой популярной сетью является «ВКонтакте». «Друзья «Золотого ключика»» – так называется группа газеты³; появилась она раньше официального сайта. Называть эту группу интерактивным социальным медиа пока слишком смело, однако все предпосылки для того, чтобы стать им, у «Золотого ключика» есть. «Здесь мы придумываем темы для материалов, ищем информации для публикаций... В общем, помогаем продвигать доброе, светлое, вечное!» – заявляет группа о себе⁴. Редакция широко использует инструменты сервиса: например, на «стене» в хронологической последовательности публикуются специально отобранные редакцией для пользователей новости, в том числе информация о победах и

¹ <http://imeyupravo.pionerka.ru>

² См., например: http://plus.pionerka.ru/2013/01/blog-post_6.html

³ <http://vk.com/goldkey48>

⁴ Там же.

награждениях самой редакции. Здесь же выкладываются и ответы на кроссворды, викторины. Редакция приглашает пользователей к обсуждению актуальных проблем, напечатанных статей, объявляет о конкурсах, акциях («*Письмо ветерану*», «*Питательные истории*», «*Смешилки из И-нета*» и пр.), предлагает поддержать проекты, которые были бы интересны читателям. Группа позволяет редакции установить контакт и с юными читателями, и с их родителями, и с педагогами: «Эта группа не только для липчан и читателей областной детской газеты «Золотой ключик», но и для всех активных и творческих людей»¹. На сегодняшний день в группе состоит 275 человек. В «друзьях» есть и сотрудники других детских газет, поэтому иногда «стена» напоминает форум и становится своеобразной площадкой обмена опытом. Кроме того, сами читатели – участники этой группы – знакомятся, общаются друг с другом, обсуждают вышедшие номера. Периодически редакция просит пользователей рассказать о группе другим: «Нам важно расти!». Постоянно пополняется фотоальбом; фотографии и комментарии к ним напоминают семейный архив. К этому, очевидно, и стремится модератор группы – корреспондент Алёна Кашура. Отметим и непринуждённую манеру общения, подростковый сленг, необходимый для лёгкого восприятия пользователями: «Люди! Какое доброе дело можно нам всем вместе замутить для детей?»².

Используя социальную сеть «ВКонтакте», «Золотой ключик» получил уникальную возможность, во-первых, привлечь новых читателей, ведь существуют достаточно простые механизмы для распространения ссылок на материалы – «мне нравится», «поделиться», «рекомендую» и пр.; во-вторых, учитывать предпочтения аудитории, ориентируясь на оценки, комментарии, отклики, пожелания пользователей, подписанных на страничку. Здесь коммуникативная функция проявляется наиболее ярко и является абсолютно доминирующей.

¹ Там же.

² Там же.

Современные детские газеты, прочно закрепляющие свои позиции в Интернете, имеют уникальные возможности для организации коммуникации с аудиторией, используя широкий спектр средств интерактивности (от традиционных электронных писем и публикации материалов в блогосфере до взаимодействия с социальными сетями), позволяющих не только быстро включить читателей в активный онлайн-процесс обсуждения важнейших событий страны и мира, но и расширить аудиторию своего издания. В Интернете связь адресанта и адресанта, журналиста и аудитории приобретает особую прочность, коммуникативное воздействие становится двусторонним. Свои сайты имеют также детские общероссийские газеты «Антошка», «Незнайка», контент которых мы анализировали в рамках исследования. Несмотря на то что сетевое пространство ими пока ещё не освоено (сайты находятся в разработке), уже можно констатировать, что акцент в работе редакции сделан на интерактивной и диалоговой составляющих информационно-коммуникативного процесса (работают вкладки «Форум», «Обратная связь», «Блог»¹; «Форум», «Чат»²).

В условиях жёсткой конкуренции с другими ресурсами и изданиями, ограниченной финансовой поддержки автором диссертации обозначаются следующие перспективные направления, которые связаны с поиском новых форм и методов работы, переоценкой отношений с читателем, уточнением социальной направленности: внедрение интерактивных форм общения, развитие самодетельной прессы (в рамках непрофессионального медиаобразования), сегментирование детской аудитории, создание сетевых версий детских газет. Эти меры также позволяют повысить качество детских газет и расширить аудиторию, причём без существенных денежных затрат.

¹ <http://neznaechka.ucoz.ru>

² <http://www.antoshka.ru>

Заключение

Каждое общество ставит целью воспитания образ идеального гражданина, сторонника и продолжателя существующих общественных традиций, принципов. Растущий человек проходит сложный путь от приобщения себя к обществу в 10-11 лет, через самоопределение в общественно значимых делах в 12-13 лет до выбора социальной позиции. Взросление детей в России совершается в условиях, когда отсутствует сформированная система ценностей, норм, правил, что естественным образом и проецируется во взрослую жизнь, так как субъективная реальность человека определяется тем информационным пространством, куда он погружён с детства. Закономерно поэтому, что очень важным является вопрос качества этого информационного мира. Нравственное и воспитательное влияние, которое оказывают современные детские периодические издания на читателя в его духовном и интеллектуальном становлении, имеет стратегическое значение.

Детская журналистика началась с журнала – это обстоятельство определило просветительский и воспитательный потенциал детской прессы, в становлении которой приняли участие лучшие писатели (Л. Н. Толстой, Н. А. Некрасов, И. А. Гончаров, Ф. М. Достоевский, А. П. Чехов, Н. С. Лесков, В. М. Гаршин, Д. Н. Мамин-Сибиряк, А. С. Серафимович, М. М. Пришвин и мн. др.), педагоги (К. Д. Ушинский, А. Н. и В. П. Острогорские, Д. Д. Семёнов, Д. И. Тихомиров и др.), художники (А. А. Агин, А. М. и В. М. Васнецовы, В. В. Верещагин, И. Е. Репин, В. А. Серов и пр.). Нет никакого сомнения, что отечественная журналистика для детей – огромное национальное богатство, она заслуживает самого пристального изучения.

Исторически детская пресса была частью целостной воспитательно-образовательной структуры, в советское время служила проводником идеологии, ориентированной, однако, на утверждение нравственных и общегуманистических ценностей. Если рассматривать развитие детской журналистики в ретроспективе, то можно отметить, что предвоенные и

послевоенные годы характеризуются стабильностью. Правда, новых изданий появляется в тот момент мало, но те, что были, добротнo выполняли свои образовательно-воспитательные функции. Сегодня же многие, в том числе детские печатные СМИ можно считать «коммерческими», поскольку их главная задача – обеспечение прибыли, поэтому происходит устойчивая эволюция их типологических черт, которая зачастую содействует формированию тенденции отчуждения ребёнка от актуальных общественных проблем. Содержание такой прессы ориентировано на упрочение предпринимательства, однако взаимодействие детской журналистики и аудитории в коммерческом аспекте должно решаться не на основе импровизации, а с опорой на научные рекомендации ведущих психологов, педагогов, социологов; нужно знать свою аудиторию, её особенности, социальные, психологические, демографические характеристики. Имеет смысл в данном контексте прислушаться к словам доктора философских наук В. Ф. Левичевой: «Нам еще предстоит оценить детей как особенную социальную группу со своими собственными социальными отношениями, которые формируются изнутри. И это противоположно представлению о том, что дети – это недоросшие взрослые, которые только в отдалённом будущем вольются в общество. В нормально развивающемся обществе отношение к детям должно строиться как к полноправным гражданам вне зависимости от возраста»¹.

В ходе работы наша гипотеза подтвердилась. Детская газета возникает на фоне глобальных государственных преобразований и масштабных внешнеполитических событий начала XX в.: революционное волнение, общественный подъём требовали иных форм выражения, необходимо было приблизить детское издание к жизни, «осовременить» его, а самое главное – оперативно откликнуться на события; увеличивающаяся периодичность газеты, прямой диалог с читателем создавали благоприятные условия для

¹Левичева В. Ф. Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка / В. Ф. Левичева // Мат. междунаrod. семинара 16-17 июля 1994 г. – М., 1994. – С. 10.

этого, поэтому сам факт освоения новых типологических возможностей открывал широкие перспективы в периодике для юного читателя. С точки зрения истории и теории журналистики представляет собой самостоятельный тип изданий с доминирующими коммуникативными и идеологическими функциями на разных этапах своего развития. Современная детская газета является особым социальным институтом «взросления» и обладает присущими только ей профильными характеристиками, отражающими планомерную её эволюцию как типа в процессе освоения собственной ниши в структуре детской прессы. Перспективное развитие газеты осуществляется в соответствии с предлагаемыми концептуальными моделями в рамках просветительской, развивающей, диалогичной и рекреационной журналистики для детей с учётом возрастных и психологических особенностей. Содержание массовых информационных процессов, дифференцируемых и интегрируемых ею, связано с важными потребностями общественного прогресса, государственного интереса, поэтому она может рассматриваться как транслятор национальных ценностей, который обладает мощным воспитательным потенциалом. Функционально-целевое назначение детских газет – проводить в жизнь идеи, утверждающие здоровье, нравственность; активно способствовать самовыражению и самовоспитанию подрастающего поколения, вооружать его коммуникативными навыками. Информационно-психологическое пространство осваивается детьми и подростками на диалоговых технологиях и по форме представляет собой синтез многих средств коммуникации и информации: Интернета, телефона, видео, аудио, реального межличностного общения, открытого жизни и человеческому опыту. Именно поэтому, на наш взгляд, развитие детской газеты как самостоятельного типа издания в рамках диалогичной журналистики – самое перспективное направление. Активная коммуникативная деятельность способствует успешности и раннему саморазвитию детей. Человек, включённый в коммуникативную деятельность, обладает развитой информационной культурой, он не просто

реализует себя, совершая выбор между репродуктивными способами развития, – устраняются психологические барьеры, переосмысливаются жизненные ожидания, появляются возможности для развития значимых качеств, возрастает потребность в самосовершенствовании, пополнении знаний. К сожалению, сейчас газеты диалогичной модели в России нет. Интернет-пространство не может рассматриваться в качестве альтернативы, так как многочисленные, зачастую никем не контролируемые стихийно рождающиеся социальные сети не способны выполнять конструктивную, а отнюдь не фиктивную функцию медиатора между подростком и обществом. В этой связи важно научить маленьких читателей делать правильный выбор при отборе информации и обратить особое внимание на медиаобразование подрастающего поколения. Особую роль в этом процессе играют самодеятельные газеты для детей и подростков. Сотрудничество детей и взрослых, юнкорская деятельность, по нашему мнению, оптимальные пути осуществления медиаобразования, содействующие, кроме того, всестороннему развитию ребёнка. Также именно детская газета воспитывает будущего читателя, приучает к чтению прессы.

Детские СМИ, являясь одним из важных элементов системы воспитания, социализации детей и подростков, взаимодействуют с различными социальными институтами, принимающими участие в педагогическом процессе (образованием, наукой, культурой, факультетами журналистики), а потому детская журналистика создаёт оптимальные условия для развития личности ребёнка. Заняв гармоничное место в детской субкультуре, детская газета может рассматриваться и как этап социализации маленького читателя.

Коммуникативный процесс начинается с цели сообщения и установления исходного состояния сознания аудитории, поэтому успешная издательская и журналистская деятельность в области детской прессы предполагает освоение сопредельных с детской журналистикой дисциплин – педагогики и детской психологии. На данном этапе личностного развития СМИ воспринимаются детьми как доминирующее средство познания мира.

Это предполагает определённые требования к журналистам и другим штатным сотрудникам детской газеты: актуально говорить не столько об их профессионализме, сколько об этичности. Индивидуальных фильтров, осуществляющих критическое, избирательное потребление информации, у юных читателей пока ещё нет. Именно эта аудиторная группа в большей степени внушаема и поддаётся манипулированию. Ориентация на свою возрастную категорию читателей определяет главные аспекты редакторской политики. Дифференциация читательской аудитории по возрасту и тематическим интересам позволяет наладить выпуск успешных приложений, которые расширяют рамки целевой аудитории и упрочняют положение газеты на рынке. Внедрение интерактивных форм общения, развитие самостоятельной школьной прессы, создание сетевой версии газеты – актуальное и настоятельное требование современности. Главное, чтобы новые технологии проходили в русле устойчивых традиций отечественной журналистики для детей.

Мы уверены: в сегменте возрастных предпочтений аудитории и в силу определённых отечественных традиций, очевидно, ещё долго будут не только сохраняться, но и развиваться новые типы и модели детских изданий. Однако без участия бизнеса развитие данного сектора периодики будет поставлено под сомнение, а при давлении власти неизбежно станет орудием политической пропаганды. В сложившихся моделях отношений преодоление дисбаланса возможно только при условии создания такого механизма взаимодействия власти, бизнеса и некоммерческого сектора (как вариант – образовательного института), который занимал бы свою социокультурную нишу в контексте «высокой» культуры. В целом же, оптимальной организационной формой станет «социально ответственная» детская пресса, опирающаяся на поддержку государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ

Диссертации и авторефераты

1. Альмерекова А. М. Советские молодежные журналы и идейная полемика в современном мире : (на примере деятельности центральных молодежных журналов 1985-1989 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А. М. Альмерекова ; Киев. гос. ун-т им. Т. Г. Шевченко ; науч. рук. Р. А. Иванова. – Киев, 1990. – 27 с.
2. Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Аникина Мария Евгеньевна. – М., 2004. – 235 с.
3. Балашова Ю. Б. Школьная журналистика начала XX века как форма социально-культурной деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Балашова Юлия Борисовна. – СПб., 2006. – 197 с.
4. Барсукова О. В. Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / О. В. Барсукова ; Воронеж. гос. ун-т ; науч. рук. А. М. Шестерина. – Воронеж, 2012. – 26 с.
5. Береснева Л. Н. Основы нравственного воспитания детей и юношества в русской педагогической журналистике второй половины XIX – начала XX вв. : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Береснева Лариса Николаевна. – Киров, 2005. – 273 с.
6. Васнева А. М. Традиции православной культуры в детских литературно-художественных журналах России : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Васнева Антонина Михайловна. – М., 2006. – 179 с.
7. Вологина Е. В. Становление детской периодики России: трансформация издательской модели : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вологина Екатерина Владимировна. – Кубань, 2012. – 151 с.

8. Вяткина Л. А. Подростковая самодеятельная пресса в системе средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Вяткина Любовь Анатольевна. – М., 1997. – 200 с.
9. Данилов Д. Н. Детская и юношеская печать Южного Урала в предвоенное десятилетие : дис. ... канд. истор. наук : 07.00.02/ Данилов Дмитрий Николаевич. – Оренбург, 1997. – 249 с.
10. Ежова С. И. Самоактуализация подростков средствами периодической школьной прессы : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01/ Ежова Светлана Ивановна. – Ярославль, 2005. – 167 с.
11. Жилавская И. В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий : автореф. дис.... канд. филол. наук : 10.01.10 / И.В. Жилавская ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; науч. рук. Л. Г. Свитич. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/38> (дата обращения: 30.08.2013).
12. Жукова Д. А. Влияние детской журналистики и СМИ на групповое и индивидуальное сознание детей: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11/ Д. А. Жукова ; Краснодар. ун-т МВД России ; науч. рук. М. Б. Маринов. – Краснодар, 2012. – 29 с.
13. Каюми А. Х. Детское телевидение в контексте социокультурных и воспитательных проблем : (сравнительный анализ российского и афганского опыта) : дис. ... канд. истор. наук : 17.00.08 / Каюми Абдул Хамид. – СПб., 1994. – 166 с.
14. Когатько А. Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Когатько Анна Геннадиевна. – М., 2006. – 253 с.
15. Корнилова В. В. Детские иллюстрированные журналы в художественной жизни Петербурга XIX – первой половины XX века : типология и эволюция: дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / Корнилова Вера Владимировна. – СПб., 2002. – 286 с.

16. Короченский А. П. Медиакритика в теории и практике журналистики : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Короченский Александр Петрович. – СПб., 2003. – 467 с.
17. Кузина С. В. Влияние средств массовой информации на политическую социализацию учащейся молодежи : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Кузина Светлана Владимировна. – М., 2008. – 193 с.
18. Лебедева Т. В. Детское радиовещание : специфика общения с аудиторией : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. В. Лебедева ; Моск. гос. ун-т. – М., 1989. – 24 с.
19. Лисеев Р. П. Молодёжный журнал как субкультурный феномен : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Лисеев Роман Петрович. – СПб., 2006. – 211 с.
20. Носова Ю. А. Отечественная пресса для студенческой молодежи: историко-типологический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ю. А. Носова ; Южный федеральный ун-т ; науч. рук. А. Г. Беспалова. – Ростов н/Д, 2007. – 28 с.
21. Перевалов В. В. Культуроформирующая деятельность журналистики : условия и факторы оптимальной реализации культуроформирующих функций СМИ : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Перевалов Валерий Викторович. – М., 2003. – 220 с.
22. Петрова С. А. Детский журнал в Рунете : становление, проблемы, методы организации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / С. А. Петрова ; РУДН ; науч. рук. В. В. Барабаш. – М., 2013. – 20 с.
23. Попова М. Ф. Современный советский детский журнал как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Попова Мария Федоровна. – Екатеринбург, 1992. – 177 с.
24. Руденко И. А. Радиовещание для детей и юношества : становление, развитие, проблемы современного функционирования : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. / И. А. Руденко ; Моск. гос. ун-т. – М., 1986. – 25 с.

25. Савицкий В. А. Игра как феномен журналистского творчества : тип текста, жанры публикаций : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Савицкий Виктор Андреевич. – М., 2010. – 186 с.
26. Самсонова Н. Е. Педагогические условия творческого развития подростка в учреждении дополнительного образования : (на примере студии журналистики) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Самсонова Наталья Евгеньевна. – Петрозаводск, 2003. – 241 с.
27. Стебловская С. Б. Ценностно – смысловое поле современных журналов для подростков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 /С. Б. Стебловская ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; науч. рук. Л. Г. Свитич. – М., 2010. – 20 с.
28. Суворова С. П. Реализация просветительной функции журналистики в современных общероссийских газетах : дис. ...канд. филол. наук : 10.01.10 / Суворова Софья Петровна. – М., 2006. – 232 с.
29. Суздорф Э. А. Журналы «Ёж» и «Чиж» в контексте советской детской печати 1920 – 1930-х гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Э. А. Суздорф ; РГГУ ; науч. рук. В. Л. Гопман. – М., 2011. – 27 с.
30. Харитоновна С. В. Современная пресса для детей: содержательное и композиционно-графическое моделирование : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / С. В. Харитоновна ; Белорусский гос. ун-т ; науч. рук. А. К. Свороб. – Минск, 2012. – 25 с.
31. Чуков П. И. Специализированные газеты как тип издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Чуков Павел Игоревич. – Ростов н/Д, 2004. – 201 с.
32. Шергова О. Б. Медиаобразование и журналистика : коммуникативные и лингвистические компоненты : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Шергова Ольга Борисовна.– М., 2010. – 232 с.
33. Школьник А. Я. Детская самодеятельная пресса как фактор социального воспитания подростков : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Школьник Александр Яковлевич. – Кострома, 1999. – 143 с.

**Учебные пособия, монографии и статьи
по теории и истории журналистики**

34. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий / А. И. Акопов. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – 95 с.
35. Акопов А. И. Некоторые вопросы журналистики : история, теория, практика (публикации разных лет) / А. И. Акопов. – Ростов н/Д : ООО «Терра», НПК «Гефест», 2002. – 368 с.
36. Алексеева М. И. Советские детские журналы 20-х годов / М.И. Алексеева. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 133 с.
37. Ахмадулин Е. В., Чуков П. И. К вопросу о типологии специализированных газет / Е. В. Ахмадулин, П. И. Чуков // Акценты: новое в массовой коммуникации : альманах. – Воронеж, 2003. – Вып. 5-6. – С.16–20.
38. Бакшин В. В. Основы журналистики / В. В. Бакшин. – М. : Флинта, Наука, 2009. – 56 с.
39. Балашова Ю. Б. Школьная журналистика Серебряного века / Ю. Б. Балашова. – СПб. : С.-Петербургский гос. ун-т, 2007. – 114 с.
40. Башурова А. М. Особенности детской журналистики России XVIII, XIX вв. / А. М. Башурова // Вестн. Иркут. гос. техн. ун-та. – 2007. – № 2. – Ч. 2. – С. 150-152.
41. Бекетова Н. А. Очерк истории детской журналистики (1785 – 1855) / Н. А. Бекетова // Материалы по истории русской детской литературы. – М., 1927. – С. 89-134.
42. Белинский В. Г. Стихотворения Баратынского / В. Г. Белинский // Собр. соч. : в 3 т. / В. Г. Белинский. – М., 1948. – Т. 2. – 471 с.
43. Беляева Л. И. К вопросу о типологии читателей / Л. И. Беляева // Проблемы социологии и психологии читателей. – М., 1975. – С. 143–161.

44. Богатырева Ю. И. Печать пионеров Вологды 20-х годов / Ю. И. Богатырева // Проблемы журналистики. – Вып.7. Журналистика Северо-Запада РСФСР. – Л., 1976. – С.51–60.
45. Бочаров А. Г. Основные принципы типологии современных советских журналов / А. Г. Бочаров // Вестн. Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 1973. – №3. – С. 27–35.
46. Бочаров А. Г. Типология журналов переходного периода / А. Г. Бочаров. – М. : Книга, 1996. – 122 с.
47. Вартанова Е. Л. Современная медиаструктура / Е. Л. Вартанова // Средства массовой информации постсоветской России: сб. науч. тр. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 10–86.
48. Ворошилов В. В. Журналистика: учебник / В. В. Ворошилов.– М. : КНОРУС, 2010.– 496 с.
49. Гонне Ж. Школьные и лицейские газеты / ред. и вст. ст. А. В. Шарикова. – М. : Юнпресс, 2000. – 200 с.
50. Грабельников А. А. Метаморфозы русской журналистики на пути к рынку. Публикации разных лет / А. А. Грабельников. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – 240 с.
51. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе : учебное пособие / А. А. Грабельников. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 274 с.
52. Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы / А. А. Грабельников. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 336 с.
53. Еремина И. Изложено увлекательно : детская периодическая печать XIX – начала XX вв. / И.Еремина // Библиотека. – 1995. – № 9. – С. 58–59.
54. Есин Б. И. Избранные страницы русской журналистики начала XX века / Б. И. Есин. – М. : ЧеРо, 2001. – 244 с.
55. Есин Б. И. История русской журналистики (1703-1817): учебн.-метод. комплект / Б. И. Есин. – М. : Флинта : Наука, 2000. – 464 с.

56. Есин Б. И. О методике историко-журналистских исследований / Б. И. Есин // Методика изучения периодической печати. – М., 1977. – С. 3–11.
57. Журин А. А. Информационная безопасность как педагогическая проблема / А. А. Журин // Педагогика. – 2001. – № 4. – С.48–55.
58. Заварова А. Просветительство не знает мелочей : размышления о журнале «Юный художник» / А. Заварова // Детская литература. – 1991. – №2. – С. 33–39.
59. Западов А. В. Русская журналистика 30-60 годов XVIII века / А. В. Западов. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1957. – 60 с.
60. Западов А. В. Русская журналистика XVIII века / А. В. Западов. – М. : Наука, 1964. – 224 с.
61. Западов А. В., Соколова Е. П. Тип издания как научная проблема / А. В. Западов, Е. П. Соколова // Вестн. Моск. ун-та. – Серия 10. Журналистика. – 1976. – №2. – С. 36–48.
62. Запекина Н. М. Современная досуговая периодика для детей / Н. М. Запекина // Вестн. Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2006. – №2 (10). – С. 10–14.
63. Засурский И. И. *Mass-Media* второй республики / И. И.Засурский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 271 с.
64. Зверева Е. А. Визуализация современных печатных изданий: «Журнальные» приёмы оформления в газетах / Е. А. Зверева // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : мат-лы межвуз. науч.-практ. конф. – СПб. : С.-Петербургский ун-т, Высш. шк. масс. коммуникаций, 2008. – С. 171–172.
65. Зверева Е. А. Просьюмер в современном медиапространстве / Е. А. Зверева // Акценты: новое в массовой коммуникации : альманах. – Воронеж, 2010. – Вып. 1-2. – С. 23–27.
66. Зверева Е. А., Капустина Г. Л. Модели школьного медиаобразования в России и за рубежом / Е. А. Зверева, Г. Л. Капустина // Актуальные проблемы международного сотрудничества в области науки и образования:

- мат-лы III Международной научн.-практ. конф. (заочной). 25 марта 2011 г. / отв. ред. А. В. Прохоров. – Тамбов, 2011. – С. 19–27.
67. Колесова Л. Н. Пионерские журналы в годы Великой Отечественной войны /Л. Н. Колесова // Проблемы детской литературы. – Петрозаводск, 1981. – С. 138–157.
68. Колесова Л. Н. Типы пионерских журналов в детской периодике 20–30-х гг. / Л. Н. Колесова // Проблемы детской литературы. – Петрозаводск, 1979. – С. 152–159.
69. Колмогоров А. Обзор журналов для детского чтения / А. Колмогоров / Новости детской литературы. – 1915. – №3. – С.6–17.
70. Корконосенко С. Г. Основы журналистики : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
71. Корконосенко С. Г. Преподаем журналистику: профессиональное и массовое медиаобразование / С. Г. Корконосенко.– СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2004.– 240 с.
72. Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е. А. Корнилов. – Ростов н/Д : Донской издательский дом, 1999. – 224 с.
73. Корнилов Е. А. Типология периодической печати: основные понятия и категории / Е. А. Корнилов // Типология периодических изданий. – Ростов н/Д, 1983. – С.7–31.
74. Корнилов Е. А., Акопов А. И. Классификация в теории и практике журналистики/ Е.А. Корнилов, А.И. Акопов // Филологические этюды. Сер. Журналистика. – Ростов н/Д, 1975. – №4.– С. 17–31.
75. Корнилов Е. А., Акопов А. И. Типология в современной науке о печати (к постановке проблемы) / Е. А. Корнилов, А. И. Акопов //Методы исследования журналистики. – Ростов н/Д, 1979. – С.60–72.
76. Косолапова Д. И. Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций / Д. И. Косолапова // Вестн. Пермского университета. – Пермь, 2010. – Вып. 6 (12). – С.191–95.

77. Кройчик Л. Е. От рынка прессы к рыночной публицистике / Л. Е. Кройчик // Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2006. – С. 24–36.
78. Кройчик Л. Е. Публицистический текст как дискурс / Л. Е. Кройчик // Акценты: новое в массовой коммуникации : альманах. – Воронеж, 2005. – Вып. 3-4.– С. 11–17.
79. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб. : Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 125–167.
80. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917 – 2000) / И. В. Кузнецов.– М. : Флинта : Наука, 2002.– 640 с.
81. Кулакова Н. Л. Медиаобъединение в самодеятельной школьной прессе / Н. Л. Кулакова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2007. – №3. – С.97–101.
82. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / пер. с англ. М. М. Макарова // Массовая коммуникация и общество. – М. : Аспект Пресс, 2000. – С.243–256.
83. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
84. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста : учебник/ Г. В.Лазутина.– М. : Аспект Пресс, 2000.– 240 с.
85. Массмедиа российского мегаполиса : типология печатных СМИ / под общ. ред. М. А. Шишкиной ; науч. ред. Б. Я. Мисонжников. – СПб. : Изд-во «Роза мира», 2009. – 324 с.
86. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста : конспект лекций и практикум / Г.С. Мельник, К. Е. Виноградова, Р. П. Лисеев. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Высшая шк. журн. и масс. коммуникаций, 2013. – 210 с.
87. Мороз Н. Странички из истории пионерской печати / Н.Мороз // Журналист. – 1998. – № 5. – С. 60 – 71.

88. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество / В. Ф. Олешко. – М. : РИП-Холдинг, 2005. – 222 с.
89. Палфи Дж., Гассер У. Дети цифровой эры / Дж. Палфи, Урс Гассер. – М. : Эксмо, 2011. – 368 с.
90. Петрова О. А. Детская журналистика : учеб.-мет. пособие / О. А. Петрова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. – 104 с.
91. Петрова С. А. Детская сетевая пресса Франции / С. А. Петрова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2007. – №5. – С.143–151.
92. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. – 656 с.
93. Прохоров Е. П. Исследуя журналистику / Е. П. Прохоров. – М. : РИП-Холдинг, 2005. – 202 с.
94. Прохоров Е. П. Эффективность журналистики как объект социологического исследования / Е. П. Прохоров // Социологические исследования эффективности журналистики. – М., 1986. – С.12–23.
95. Реснянская Л. Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики : учеб. пособие /Л. Л. Реснянская. – М. : Факультет журналистики МГУ, 1995. – 134 с.
96. Руденко И. А. О некоторых типологических особенностях современной прессы для подростков / И. А. Руденко // Журналистика в 1993 году: сб. тезисов научн.-практ. конф. — М.,1994. – Ч. 2. – С.32–34.
97. Руденко И. А. Особенности современного функционирования журналов для девушек / И. А. Руденко // Журналистика в 2009 г. Трансформация систем СМИ в современном мире. — М., 2010. – С.235–237.
98. Руденко И. А. Особенности тематики детских изданий / И. А. Руденко // Журналистика в 1996. СМИ в постсоветском обществе: сб. мат. научно-практ. конф. — М., 1997. – Ч. 3. – С.45–47.
99. Руденко И. А. Чему пресса учит дошкольников / И. А. Руденко // Журналистика 2010. СМИ в публичной сфере. — М., 2011. – С.90–93.

100. Русские журналы для детей (1785 – 1917 гг.) : библиографический указатель и аннотации / сост. З. И. Свиридова, М. И. Холмов. – Л., 1982. – 65 с.
101. Сапунов В. И. Массовая коммуникация в XX веке: концепции западных исследователей / Сапунов В. И. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2005. – 110 с.
102. Свитич Л. Г. Введение в специальность : профессия – журналист : учеб. пособие / Л. Г. Свитич. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 255 с.
103. Сетин Ф. И. История русской детской литературы. – М. : Просвещение, 1990. – 301 с.
104. Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Я.Н. Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
105. Стебловская С. Б. Методологические основы исследования аксиологического поля журналов для подростков / С. Б. Стебловская // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2010. – №1. – С.138–153.
106. Стыкалина О. С. К истории создания журналов для детей А. О. Ишимовой «Звёздочка» и «Лучи» : (из архивных материалов) / О. С. Стыкалина // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 6. – С. 51–61.
107. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
108. Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
109. Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / Тулупов В. В. – Воронеж : Кварта, 2001. – 320 с.
110. Тулупов В. В. Моделирование в журналистике / В. В. Тулупов // Современные проблемы журналистской науки : сб. научн. ст. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С.105–140.

111. Тулупов В. В. Моделирование в журналистике : учеб. пособие для студентов вузов / В. В. Тулупов. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – 144 с.
112. Тулупов В. В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология. – Воронеж : Инфа, 1996. – 111 с.
113. Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И. А. Фатеева. – Челябинск : Изд-во Челябинского гос. ун-та, 2007. – 270 с.
114. Фёдорова А. Б. Подростковая газета как тип издания / А.Б. Фёдорова // Современная детская пресса: векторы развития / ред.-сост. А. Н. Тепляшина. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Высшая шк. журн. и масс. коммуникаций, 2005. – С. 109–118.
115. Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ: содержание, структура и гуманистический потенциал / Н. А. Федотова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №1. – С.126–136.
116. Холмов М. И. Детская журналистика СССР / М. И. Холмов, Ю. И. Богатырева и др. – Л., 1974. – 48 с.
117. Холмов М. И. Становление советской журналистики для детей / М.И. Холмов. – Л., 1983. – 174 с.
118. Хорольский В. В. Медиаобразование как проблема теории журналистики / В. В. Хорольский // Современные проблемы журналистской науки : сб. научн. Статей. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С. 141–154.
119. Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире : практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. – М. : НИИ школьных технологий, 2010. – 256 с.
120. Цымбаленко С. Б., Шариков А. В., Щеглова С. Н. Российские подростки в информационном мире / С. Б. Цымбаленко, А. В. Шариков, С. Н. Щеглова. – М. : Юнпресс, 1998. – 215 с.

121. Шергова О. Б. Лингвистические компоненты медиаобразования: теория речевого воздействия / О. Б. Шергова // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2010. – №2. – С.157–171.
122. Шестерина А. М. Интерактивная журналистика: учеб. пособие / А. М. Шестерина. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2007. – 52 с.
123. Шестерина А. М. Психология журналистики: в 2-х ч. / А. М. Шестерина. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – Ч.1. 190 с.; Ч.2. 216 с.
124. Шкондин М. В. Средства массовой информации: системные характеристики / М. В. Шкондин. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1996. – 145 с.
125. Шостак М. И. Ежедневники как тип издания : учеб.-метод. пособие / М. И. Шостак. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1986. – 51 с.

Литература по психологии и социологии

126. Ананьев Б. Г. Психология и проблемы человекознания/ Б. Г. Ананьев. – М. : Изд-во «Институт практической психологии», 1996. – 160 с.
127. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 364 с.
128. Ариес Ф. Ребенок и семейная жизнь при старом порядке / пер. с франц. Я. Ю. Старцева при участии В. А. Бабинцева. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1999. – 211 с.
129. Асмолов А. Г. Психология личности / А. Г. Асмолов. – М. : Изд-во МГУ, 1990. – 367 с.
130. Блонский П. П. Педология: учеб. пособие / П.П. Блонский. – М. : Гардарики, 2006. – 603 с.
131. Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Н. Н. Богомолова. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 191 с.

132. Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Л. И. Божович. – М. : Просвещение, 1968. – 464 с.
133. Выготский Л. С. Вопросы детской психологии / Л. С. Выготский. – СПб. : Союз, 1999. – 244 с.
134. Выготский Л. С. Лекции по психологии / Л. С. Выготский. – СПб. : Союз, 1999. – 144 с.
135. Выготский Л. С. Мышление и речь: психологические исследования / Л. С. Выготский. – М.: Лабиринт, 1996. – 415 с.
136. Выготский Л. С. Педология подростка / Л. С. Выготский // Психология подростка : хрестоматия / сост. Ю. И. Фролов. – М. : Российское педагогическое агентство, 1997. – С.232–285.
137. Выготский Л. С. Проблема возраста /Л. С. Выготский // Собрание сочинений : в 6 т. / Л. С. Выготский. – М. : Педагогика, 1984. – Т.4. – С. 244–268.
138. Выготский Л. С. Проблема культурного развития ребенка : хрестоматия по курсу введение в психологию / ред.-сост. Е. Е. Соколова. – М. : Российское педагогическое общество, 1999. – С.233–236.
139. Выготский Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 480 с.
140. Выготский Л. С. Собрание соч. : в 6 т. / Л. С. Выготский. – М. : Педагогика, 1982 – 1984. – Т.3. Проблемы развития психики. – 1983. – 368 с.
141. Гальперин П. Я. Введение в психологию / П. Я. Гальперин. – М. : Книжный дом «Университет», 1999. – 332 с.
142. Гируцкий А. А., Гируцкий И. А. Нейролингвистика: пособие для студентов вузов / А. А. Гируцкий, И. А. Гируцкий. – Минск : ТетраСистемс, 2010. – 192 с.
143. Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения: опыт теоретического и экспериментального психологического исследования / В. В. Давыдов. – М. : Педагогика, 1986. – 240 с.

144. Ильин Е. П. Эмоции и чувства / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2001. – 752 с.
145. Исаев Д. Н., Коган В. Е. Половое воспитание и психогигиена пола у детей / Д. Н. Исаев, В. Е. Коган. – Л. : Медицина, 1980. – 184 с.
146. Кон И. С. В поисках себя. Личность и ее самосознание / И. С. Кон. – М. : Политиздат, 1984. – 366 с.
147. Кон И. С. Вкус запретного плода / И. С. Кон. – М. : Молодая гвардия, 1997. – 464 с.
148. Кон И. С. Открытие «Я»/ И. С. Кон. – М.: Политиздат, 1978. – 368 с.
149. Кон И. С. Подростковая сексуальность на пороге XXI века. Социально-педагогический анализ / И. С. Кон. – Дубна : Изд-во «Феникс +», 2001. – 208 с.
150. Кон. И. С., Фельдштейн Д. И. Отрочество как этап жизни и некоторые психологические характеристики переходного возраста / И. С. Кон, Д. И. Фельдштейн // В мире подростка: сб. научн. статей – М., 1980. – С.87–121.
151. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики / А. Н. Леонтьев. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та. – 1972. – 575 с.
152. Луман Н. Введение в системную теорию / Н. Луман. – М. : Логос, 2007. – 360 с.
153. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М. : «Гиперборей», «Кучково поле», 2007. – 232 с.
154. Мид М. Культура и мир детства / М. Мид. – М. : Наука, 1988. – 429 с.
155. Молевич Е. Ф. Общая социология / Е. Ф. Молевич. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 328 с.
156. Обухова Л. Ф. Возрастная психология / Л. Ф. Обухова. – М. : Изд-во МГПУ, 2011. – 460 с.
157. Осорина М. В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых / М. В. Осорина. – СПб. : Питер, 2000. – 368 с.
158. Павловский В. В. Ювентология: проект интегративной науки о молодёжи / В. В. Павловский. – М. : Академический проект, 2001. – 302 с.

159. Пиаже Ж. Речь и мышление ребёнка. / Ж. Пиаже. – М. : Лабиринт, 1999. – 527 с.
160. Пиаже Ж., Инхельдер Б. Психология ребенка/ Ж. Пиаже, Б. Инхельдер. – СПб. : Питер, 2003. – 379 с.
161. Ремшмидт Х. Подростковый и юношеский возраст : проблемы становления личности / Х. Ремшмидт. – М. : Мир, 1994. – 320 с.
162. Смирнова Е. О. Современная детская субкультура в аспекте психологии развития ребенка / Е. О. Смирнова // Вопросы психического здоровья детей и подростков. – М., 2009 (9). – №2. – С.44–52.
163. Флейк-Хобсон Е., Робинсон Б. Е., Скин П. Мир входящему : развитие ребёнка и его отношений с окружающими / Е. Флейк-Хобсон, Б. Е. Робинсон, П. Скин. – М. : Центр общечеловеческих ценностей, 1992. – 510 с.
164. Хараш А. У. Межличностный контакт как исходное понятие психологии устной пропаганды / А. У. Хараш // Вопросы психологии. – 1977. – №4. – С.52–64.
165. Цукерман Г. А. Психология саморазвития : задача для подростков и их педагогов / Г. А. Цукерман. – Рига : Эксперимент, 1997. – 276 с.
166. Эльконин Д. Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте / Д. Б. Эльконин // Избранные психологические труды. – М., 1989. – С. 167–172.
167. Эриксен Х. Т. Тирания момента. Время в эпоху информации/ Х. Т. Эриксен. – М. : Весь мир, 2003. – 208 с.
168. Эриксон Э. Г. Детство и общество: пер. с англ. / Э. Г. Эриксон, А. А. Алексеев. — СПб. : Ленато, АСТ, 2000. – 415 с.
169. Эриксон Э. Г. Идентичность: юность и кризис / Э. Г. Эриксон. — М., 1996. – 344 с.
170. Coleman J. C. The nature of adolescence. London: Routledge, 1990. – 214 p.

Словари и справочники

171. Большой энциклопедический словарь. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – 1456 с.
172. Жмуров В. А. Большая энциклопедия по психиатрии / В. А. Жмуров. – М. : Канон+, РООИ «Реабилитация», 2010. – 579 с.
173. Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь / Б. Н. Лозовский. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2004. – 116 с.
174. Шапарь В. Б., Россоха В. Е., Шапарь О. В. Новейший психологический словарь / В. Б. Шапарь, В. Е. Россоха, О. В. Шапарь. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 808 с.

Электронные ресурсы

175. Абраменкова В.В. Детская субкультура: содержание, функции, значение в культуре / В. В. Абраменкова. – URL: <http://www.portal-slovo.ru/art/36717.php> (дата обращения: 30.08.2013).
176. Библиотека учебной и научной литературы. Социологический словарь. – URL: <http://sbiblio.com/biblio/content.aspx?dictid=7&wordid=74505> (дата обращения: 30.08.2013).
177. Бондаренко Е. А., Журин А. А. О состоянии медиаобразования в России и в мировой практике: аналитический доклад / Е. А. Бондаренко, А. А. Журин. – URL: <http://www.ifarcom.ru/ru/news/757> (дата обращения: 30.08.2013).
178. Бютнер К. Молодежь: действовать на свой страх и риск / К. Бютнер. – URL: <http://www.psyinst.ru/library.php?part=article&id=1526> (дата обращения: 30.08.2013).
179. Восприятие Интернета детьми и подростками России: результаты межрегионального исследования 2009 г. // Фонд развития Интернет : официальный сайт. – URL: <http://www.fid.su> (дата обращения: 13.02.2013).
180. Годик Ю. О. Угрозы и риски безопасности детской и подростковой аудитории новых медиа / Ю. О. Годик. // Медиаскоп. 2011. – Вып. №2. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/841> (дата обращения: 12.02.2013).

181. Епанова Ю. В. К вопросу о специфике субкультурной идентификации молодежи / Ю. В. Епанова // Центр изучения молодежи «Поколения.NET». – URL: <http://region.3ebra.com/generation/publications/publication15/> (дата обращения: 30.08.2013).
182. Зазнобина Л. С. Как же выжить в мире СМИ / Л. С.Зазнобина. – URL: <http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/MEN/MEDIA> (дата обращения: 30.08.2013).
183. Малышева Н. Дореволюционные журналы для детей / Н. Малышева. – URL: http://community.livejournal.com/det_magazines/54352.html (дата обращения: 31.08.2013).
184. Митрофанова С. Ю. Парадоксы пространства детства / С. Ю. Митрофанова//Центр изучения молодежи «Поколения.NET». – URL: <http://region.3ebra.com/generation/publications/publication30/> (дата обращения: 30.08.2013).
185. Носко И. Детство как комплексная проблема / И. Носко. – URL: <http://hpsy.ru/public/x2624.htm> (дата обращения: 30.08.2013).
186. Омельченко Е. Краткий обзор отечественных и зарубежных теорий молодежи / Е. Омельченко // Центр изучения молодежи «Поколения.NET». – URL: <http://region.3ebra.com/generation/scienceaboutyouth/scienceaboutyouth1/> (дата обращения: 30.08.2013).
187. Пугачев В. В. Из истории печати Уфимской губернии / В. В. Пугачев // Научно-культурологический журнал «Релга». – 2014. – №3 (276). – URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=333&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 05.03.2014).
188. Социальная ответственность средств массовой информации для детей и юношества: рекомендации круглого стола 9 февраля 2011 г. // Факультет журналистики МГУ. – URL: <http://www.detlitlab.ru/?cat=18> (дата обращения: 22.11.2013).
189. Федченко С. Н. Журнал для детского чтения в представлениях литературной критики начала XX в. / С. Н. Федченко. – URL:

<http://www.chukfamily.ru/Kornei/Biblio/fedchenko.htm> (дата обращения: 31.08.2013).

190. Школьная пресса: образовательный портал. – URL: <http://portal.lgo.ru/about/info/Spravka1.htm> (дата обращения: 30.08.2013).

Сайты и сетевые версии современных детских газет и журналов

191. Антошка : сайт детской газеты. – URL: <http://www.antoshka.ru> (дата обращения: 25.11.2013).

192. Весёлые картинки : сайт журнала. – URL: <http://www.merrypictures.ru> (дата обращения: 22.11.2013).

193. Виртуальный ЮГ : юношеская газета-онлайн. – URL: <http://www.unpress.ru/ug-online/> (дата обращения: 27.11.2013).

194. Друзья «Золотого ключика». – URL: <http://vk.com/goldkey48> (дата обращения: 16.02.2013).

195. Знание – сила : сайт журнала. – URL: <http://www.znanie-sila.ru> (дата обращения: 22.11.2013).

196. Золотой ключик : сайт газеты. – URL: <http://goldkey.lpgzt.ru> (дата обращения: 17.02.2013).

197. Костёр : сайт журнала. – URL: <http://www.kostyor.ru> (дата обращения: 22.11.2013).

198. Моделист-конструктор : сайт журнала. – URL: <http://modelist-konstruktor.ru> (дата обращения: 22.11.2013).

199. Мурзилка : сайт журнала. – URL: <http://www.murzilka.org> (дата обращения: 22.11.2013).

200. Незнайка : сайт детской газеты. – URL: <http://neznaechka.ucoz.ru> (дата обращения: 25.11.2013).

201. Пионер : сайт журнала. – URL: <http://www.ruspioner.ru> (дата обращения: 22.11.2013).

202. Пионерская правда : сайт газеты. – URL: <http://www.pionerka.ru> (дата обращения: 17.02.2013).

203. Юный натуралист : сайт журнала. – URL: <http://unnaturalist.ru/> (дата обращения: 22.11.2013).
204. Юный техник : сайт журнала. – URL: <http://utechnik.ru> (дата обращения: 22.11.2013).
205. Юный художник : сайт журнала. – URL: <http://y-art.ru> (дата обращения: 22.11.2013).

Библиография детских журналов и газет

206. Газетка для детей и юношества: еженед. / редакторы: А. П. Коркин, с № 10 1913 г. А. С. Панафидина; издатели: А. П. Коркин, затем А. С. Панафидина. – М., 1910-1915.
207. Галчонок: детский журнал. Приложение к журналу «Новый сатирикон»: еженед. / ред. А. А. Радако; изд. М. Г. Корнфельд; с № 11 1913 г. ред.-изд. С. Г. Корнфельд. – СПб., 1911-1913.
208. Детская библиотека в пользу господам воспитанникам Первого кадетского корпуса. – СПб., 1806. Ч. 1.
209. Детская Библия, или Важнейшие нравоучительное повествование, выбранное из книг Ветхого и Нового Завета для образования сердца и разума детей. Изд-е 2-е. – СПб.: Иждивением И. Глазунова, 1815. – Ч. 2.
210. Детская книжка для воскресных дней на 1835 г. / изд. Б. А. Врасский и кн. В. Ф. Одоевский. – СПб., 1834.
211. Детские забавы, или Собрание кратких повестей, разговоров и нравоучений, служащих к увеселению и наставлению детей. – М., 1792. – Ч. 1-2.
212. Детский магазин, или Собрание полезных сочинений, соответствующих детскому возрасту / пер. с фр. – М., 1788.
213. Детский музей, или Собрание изображений животных, растений, цветов, плодов, минералов, одежд разных народов, древностей и других предметов, служащих для наставления и забавы юношества, составленное и

графированное по лучшим образцам, с кратким изъяснением, соответственным понятию детей (на русск., французск. и немецк. языках). – СПб., 1815-1829.

214. Детский музей. – СПб., 1822.

215. Детский павильон. – СПб., 1836. Б. М. Фёдоров.

216. Детский собеседник. – СПб., 1826-1828.

217. Детский цветник. – СПб., 1829. Б. М. Фёдоров.

218. Детское волшебное зеркало. Изображение пороков и добродетелей. – М., 1847. В. Ф. Потапов.

219. Детское чтение для сердца и разума / ред. Ч. 1-20 А. А. Петров и Н. М. Карамзин. – М.: Изд. Н. И. Новиков, 1785-1789.

220. Друг юношества (с 1813 г. журнал носит название – «Друг юношества и всяких лет»). – М., 1807-1815.

221. Журнал для детей, или Приятное и полезное чтение для образования ума и сердца. – СПб., 1813-1815 г.

222. Звездочка: журнал для детей, посвященный благородным воспитанницам институтов, издаваемый Александрой Ишимовой. – СПб., 1842–1844; СПб., 1845-1849; СПб., 1850-1863.

223. Лучи: журнал для девиц, издаваемый Александрой Ишимовой. – СПб., 1850-1860.

224. Новая библиотека для воспитания, издаваемая Петром Редкиным. – М., 1847-1849. Кн. 2-10.

ПРИЛОЖЕНИЕ №1

Детские газеты России

(по данным объединённого каталога «Пресса России». Газеты и журналы» и каталога российской прессы «Почта России»¹)

<i>Наименование издания</i>	<i>Аннотация</i>	<i>Количество полос</i>	<i>Периодичность</i>
Ангелочек (0+)	Православная газета поможет вашему ребёнку познать и полюбить Бога.	20 стр., А5	2 в пол.
Антошка (6+)	Газета для девочек и мальчишек школьного возраста. Материалы на 90% подготовлены самими читателями. В каждом номере конкурсы с призами, информация о звёздах кино и эстрады, кроссворды, задачки и всё, что интересует сегодняшнего школьника.	48 стр., А5	2 раза в мес.
Глобус (6+)	Детская познавательно-развлекательная газета. «Глобус» – это увлекательное путешествие по странам и морям, знакомства с их обитателями, «полёты» к звёздам, необычные встречи, со сверстниками со всего мира. Игры, конкурсы, шарады, приколы.	20 стр., А3	1 раз в мес.
Детская газета (6+)	Красочная, познавательная. Очень интересная и полезная для 7 – 14-летних.	20 стр., А4	1 раз в мес.
Детская неделя (0+)	Газета для любимого ребёнка.	16 стр., А4	1 раз в мес.
Мир детей и подростков (6+)	Многоцветная информационно-познавательная и развлекательная газета для детей и подростков	8 стр., А3	2 раза в мес.
Незнайка (12+)	Вы папа или мама? О! Вы знакомы с Незнайкой. А для многих школьников это имя – великая тайна. А ведь Незнайка подрос! Стал серьёзнее, издаёт свою газету – уже для ваших детей. Старается всех развеселить, и в его газете много серьёзного. Синеглазка даёт советы девочкам, Удивляйкин открывает мир, Гуся берёт интервью у звёзд, Профессор Звёздочкин открывает духовные тайны, удивляя всех. Великие коротышки постоянно проводят конкурсы, открывающие в детях настоящие таланты. «Незнайку» читают даже те, кто ничего не читает!	20 стр., А3	9 в пол.
Пионерская правда (6+)	Любимая газета мальчишек и девочек России.	8 стр., А3	4 раза в мес.

¹См.: Объединённый каталог «Пресса России». Газеты и журналы. – Выпуск №21 (2 полугодие 2013 г.); Каталог российской прессы «Почта России». – 2 полугодие 2013.

Свечечка (6+)	Детская православная газета (7 – 12 лет).	20 стр., А4	1 раз в мес.
Ставроша (0+)	Добрая газета для детей младшего и среднего школьного возраста. Стихи и рассказы, смешилки и кроссворды, кулинарные рецепты и поделки, познавательные рубрики и детское творчество. Для внеклассного и детского чтения.	8 стр., А3	1 раз в мес.
Танташ/Ровесник (6+)	Газета для школьников. <i>(На казахском языке)</i>	12 стр., А3	1 раз в нед.
Школьник (6+)	Всероссийская еженедельная литературно-развлекательная газета «Школьник». Для думающих школьников, небезразличных родителей и творческих учителей.	8 стр., А3	2 раза в мес.

ПРИЛОЖЕНИЕ №2

Краткая характеристика эмпирической базы

<i>Наименование издания</i>	<i>Аннотация</i>	<i>Количество во полос</i>	<i>Организационно-технические характеристики</i>	<i>Тираж</i>	<i>Периодичность</i>	<i>Приложения (тематические выпуски), сайт</i>
Пионерская правда (6+)	Любимая газета мальчишек и девчонок России. Слоган: «Еженедельная Всероссийская газета первооткрывателей».	8 стр., А3	Главный редактор – М. Баранников. Учредители: редакция газеты «Пионерская правда», ЦС Союза пионерских организаций – Федерации детских организаций (ЦС СПО ФДО). Издаётся при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Распространяется на всей территории Российской Федерации и в государствах СНГ только по подписке.	15 000	4 раза в мес.	Приложения «Юная Москва», «Олимпиамик». Детско-юношеский информационный Интернет-портал «Пионерка.ru»: www.pionerka.ru .
Антошка (6+)	Газета для девчонок и мальчишек школьного возраста. Материалы на 90% подготовлены самими читателями. В каждом номере конкурсы с призами, информация о звёздах кино и эстрады, кроссворды, задачки и всё, что интересует сегодняшнего школьника. Слоган: «Газета, которую делают дети всей России».	48 стр., А5	Редактор – Л.Ю. Алешечкина. Газета основана в феврале 1993 г. в г. Димитровграде Ульяновской области. Учредители: редакция газеты «Антошка», Союз детских организаций Ульяновской области. Издаётся при поддержке Правительства Ульяновской области. Распространяется на территории России.	3 700	2 раза в мес.	До 2006 г. приложение «Антошкина игротка» (1 раз в год, содержание: кроссворды, шарадки, загадки, ребусы, поздравления); приложение «После уроков» («Для тех, кто работает с

						детьми»: конкурсы, сценарии детских праздников). Сейчас приложений нет. Сайт газеты: http://www.antoshka.ru/
Незнайка (12+)	Вы папа или мама? О! Вы знакомы с Незнайкой. А для многих школьников это имя – великая тайна. А ведь Незнайка подросток! Стал серьезнее, издаёт свою газету – уже для ваших детей. Старается всех развеселить, и в его газете много серьезного. Синеглазка даёт советы девочкам, Удивляйкин открывает мир, Гуслия берёт интервью у звезд, Профессор Звёздочкин открывает духовные тайны, удивляя всех. Великие коротышки постоянно проводят конкурсы, открывающие в детях настоящие таланты. «Незнайку» читают даже те, кто ничего не читает!	20 стр., А3	Газета основана в 1991 г. в Новокузнецке. Уредители: С.И. Канашевский, А.М. Шувалов. Главный редактор Сергей Канашевский. Распространяется на территории России и стран СНГ по подписке.	35 000 (на 2001 г.)	1 раз в 3 нед. (9 в пол.)	Сайт газеты «Незнайка»: http://neznaechka.ucoz.ru/ (с 2009 г.).
Золотой ключик (6+)	Липецкая областная детская газета	32 стр., А4	Главный редактор – заслуженный работник культуры РФ Е.С. Митина.	13 000	2 раза в мес.	Тематический выпуск

			Учредители: Липецкий областной Совет депутатов, Управление по делам печати, телерадиовещания и связи Липецкой области, ГУ «Издательский дом «Липецкая газета»». Распространяется в г.Липецке и Липецкой области по подписке и в розницу.			«Сыроежка», приложения «Преображение», «На вырост!». Сайт http://goldkey/lpgzt.ru , группа в социальной сети «ВКонтакте» – «Друзья «Золотого ключика»» (http://vk.com/goldkey48)
Ровесник (0+)	Областная школьная газета. Слоган: «Редкий экземпляр!»	8 стр., А3	Главный редактор Сергей Владимирович Самгин. Учредитель: ОАО «Издательский дом "Мичуринск"». Распространяется в г.Тамбове и Тамбовской области по подписке и в розницу.	2 700	2 раза в мес.	Приложение «Пилот». Сайт: http://www.top68.ru
Юношеская газета <u>(в настоящий момент не издаётся)</u>	«Еженедельная общероссийская «Юношеская газета» подростков» (1991 – 2002 гг.)	4 стр., А3	Учредитель: агентство «Юнпресс». Редакционный совет: Н.Кулакова, С.Соловкин, С. Цымбаленко, Е.Кузин, С. Щеглова и др. Распространялась на территории России.	2000 (данные 2002 г.)	4 раза в мес.	В 2003 году «Юношеская газета» превратилась в «Виртуальный ЮГ» («Юношеская газета-онлайн», http://www.ynpress.ru/yg-online/).

ПРИЛОЖЕНИЕ №3

Анкета «Читательские предпочтения» для учащихся лицея №6 г.Тамбова

Дорогие читатели! Хотите, чтобы газета, которую вы читаете, стала ещё интереснее? Ответьте, пожалуйста, на вопросы.

1. *Самая важная для меня информация – это информация...*

- 1) о сегодняшнем дне,
- 2) о прошлом,
- 3) о будущем.

2. *Мне интересно прочитать (не менее 4 пунктов)...*

- 1) о себе,
- 2) о своих друзьях,
- 3) о лицее и происходящих в нём событиях,
- 4) об учителях,
- 5) о моде,
- 6) о здоровье,
- 7) о компьютерных играх,
- 8) о кинозвездах и певцах,
- 9) свой ответ _____.

3. *Отметьте приоритетные для вас темы, которые должны быть освещены в газете.*

- € Тема одиночества
- € Проблема «не такой, как все»
- € Конфликты с родителями и учителями
- € Насилие на улице и дома
- € Взаимоотношения с противоположным полом
- € Познавательная информация
- € Юмор, шутки

4. *В школьной газете я хочу...*

- 1) найти интересную и познавательную информацию,
- 2) рассказать о себе и о своих друзьях,
- 3) поделиться своими успехами и проблемами,
- 4) получить совет, как поступить,
- 5) обсудить увиденное и услышанное, высказать своё мнение о лицейских «реформах»,
- 6) свой ответ _____.

Результаты анкетирования



