



УДК 374.31

ВЗРОСЛЫЕ ВОПРОСЫ ДЕТСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Десяев С.Н.

доктор филологических наук, профессор

ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва»

г. Саранск

sir.dsn1952tsn2015@yandex

Аннотация. *Статья посвящена анализу понятия «детская журналистика», лежащего в пограничной области педагогики и журналистики. Автор на основе контент-анализа рассматривает существенные признаки данной категории, отмеченные в ряде определений и реализуемые в практической деятельности сотрудников детских периодических изданий. В статье прослеживается специфика детских печатных и электронных СМИ, рассматриваются особенности детских интернет-публикаций*

Ключевые слова: *детская журналистика, жанры детских СМИ, коммуникативистика, блогосфера, язык детской интернет-журналистики.*

ADULT CHILD JOURNALISM

Desyayev S.N.

Doctor of Philology, Professor

Mordovian State University named after N.P. Ogarev

Saransk

sir.dsn1952tsn2015@yandex

Annotation. *The article is devoted to the analysis of the concept of "children's journalism", which lies in the border area of pedagogy and journalism. Based on content analysis, the author examines the essential features of this category, noted in a number of definitions and implemented in the practice of employees of children's*

periodicals. The article traces the specifics of children's print and electronic media, examines the features of children's Internet publications.

Keywords: *children's journalism, genres of children's media, communication science, the blogosphere, the language of children's online journalism.*

Введение

Понятие «детская журналистика» становится одним из наиболее частотных при характеристике внеурочной деятельности в школе (Гостомыслов, 2006). При этом в объем данного понятия включаются явления, которые не всегда имеют аналоги в собственно журналистике — это и детские средства массовой информации, и развлекательные сайты для детей, и детские читательские блоги, и даже детская мультипликация. Причины данного явления, очевидно, кроются в традициях создания средств массовой информации для детей. Анализ подобных изданий позволяет обратить внимание на два следствия следования данным традициям. Во-первых, в детской журналистике традиционно наблюдается реализация в одном издании образовательных, воспитательных и развлекательных функций (что в принципе невозможно во «взрослой» журналистике). То есть, каждый детский журнал/детский канал радио или телевидения включают произведения разных жанров и стилей: фрагменты художественных произведений для детей, научно-популярные тексты, заметки, детскую рекламу, различные игровые материалы и под. Во-вторых, перенимая от собственно журналистики как общественного института приемы диалога с читателем, вовлечения читателя (или слушателя — когда речь идет о радио) в процесс журналистского творчества, детская журналистика создается не только для детей, но и детьми. Причем в некоторых изданиях — и не только в самодеятельной журналистике — в большей мере именно детьми. Особенно ярко данная тенденция проявляется в современной интернет-журналистике.

Многовековой опыт существования отмеченных явлений не позволяет надеяться на изменение структуры детской журналистики на основе систематизации материалов. Но подобная систематизация необходима на

теоретическом уровне — для изучения явления и прогноза его развития.

Цель данной статьи — обосновать необходимость расширения понятия «детская журналистика» с учетом текстового пространства интернет-коммуникаций.

Материалы и методы

Опора на историко-аналитический подход предопределила выбор материалов исследования. К ним отнесены исторические сведения, характеризующие процесс развития системы детских периодических изданий, тексты публикаций в изданиях для детей.

Анализ материалов осуществлялся на основе методов контент-анализа продуктов современной журналистики и концепций ее развития, представленных в научных источниках.

Результаты и обсуждение

В профессиональной массмедийной среде по сей день встречается ироничное отношение к такому понятию, как детская журналистика. Причём сомнению чаще всего подвергается не само явление — оно очевидно — а обозначающая его формулировка. Анализ научных источников (Капустина, 2012; Гостомылов, 2006; Федченко, 2001) показывает, что еще несколько лет назад термин «детская журналистика» часто употреблялся в кавычках или в сочетании с фразой «так называемая». В настоящее время подобное словоупотребление исчезает. Представляется, что причины этого кроются как в интенсивном развитии современной журналистики для детей, так и в активном использовании данной категории в педагогической теории и практике. При этом очевиден рост значимости взаимодействия детской журналистики и журналистики для детей.

Если рассмотреть состав и структуру изданий для детей разных форматов: печатного, радиформата и телевизионного формата — прослеживаются некоторые частные тенденции их создания. Прежде всего в глаза бросается преобладание формата журналов и радиопрограмм по отношению к газетам и телепрограммам.

Интересно, что проблемы содержания и формы детских журналов активно обсуждаются с начала их существования. Полемика по поводу правомерности существования детского журнала как особого типа издания шла ещё в 60-х годах XIX века. Уже тогда вполне обоснованно перед журналистикой для детей ставилась задача не только просвещать, информировать юных чад, но и воспитывать их, формировать мировоззрение граждан и патриотов.

В Советском Союзе пропагандистская машина работала на все слои населения, и, в первую очередь, на молодежь. Необходимо отметить высокий уровень советской детской прессы. Тираж «Пионерской правды» был самым большим среди газет СССР: доходил до 9,5 миллионов экземпляров. Газета выходила даже в годы Великой Отечественной войны: «учила читателей мужеству, чувству долга; рассказывала о подвигах сынов полка, о трудовом фронте» (Капустина, 2012, с.178).

Весьма популярными в разные периоды 20 века были журналы «Детский уголок», «Ёж», «Мурзилка», «Веселые картинки», «Колобок», «Трамвай», «Пионер», «Костер», «Сверчок» — список только центральных изданий получается впечатляющим. На разных языках выходили детские газеты и журналы в областях и республиках. Характерно, что детские журналы с момента начала своего существования по настоящее время в подавляющем большинстве представляют собой многофункциональные издания, в которых в каждом выпуске размещаются художественные, научно-популярные, публицистические тексты, а также поликодовые тексты разных жанров (от фоторепортажей до кроссвордов).

Конец 20-х – начало 30-х годов прошлого века — время радиофикации областей СССР. В 1929 году был утвержден, например, план радиофикации Средне-Волжского края. На первых порах основным видом информационных сообщений были радиогазеты, по сути — звуковые копии печатных изданий. Совместно с прессой радио активно участвовало в ликвидации неграмотности, вело профориентационную работу, формировало патриотическое сознание, знакомило с лучшими произведениями литературы и музыки. В 40-е – 50-е годы

радио осваивало собственные жанры и виды вещания, в том числе и на детскую аудиторию. Центральное радио с декабря 1945 года готовило выпуски детского географического радиожурнала «Клуб знаменитых капитанов», с октября 1946 года для школьников ежемесячно выходил литературный журнал «Невидимка», в мае 1947 года в эфире прозвучал первый выпуск географического радиожурнала «По родной стране» (Радиожурналистика, 2002, с.59).

Радио было фоном всей жизни. Во многих семьях репродуктор никогда не выключали. Дети просыпались под бой часов кремлёвской башни, собирались в школу под звуки радиопередач. В их создании самое активное участие принимали и внештатники-юнкоры. Во многих школах были созданы юнкорские посты. В своих письмах авторы сообщали, как живут, трудятся, отдыхают их сверстники. Очевидно, что радиопрограммы представляли собой системы текстов принципиально иных жанров, нежели журналы. Прежде всего они отличались наличием новостных программ. Но при этом следует отметить, что новостные тексты детских программ посвящены так называемым пролонгированным новостям.

В 90-е годы монополия государственных СМИ была ликвидирована, появлялись новые газеты и радиоканалы. Станции FM победили звучащие на коротких, средних, длинных волнах и УКВ. На запрос «Радио для детей» поисковик Яндекс показывает 12 каналов, вещающих на русском языке, которые можно найти не только на сайтах, но и в приложениях для смартфонов. Детям доступны радиоканалы «Мульти-Пульти», «Машенька», «Гамаюн», «Старое радио — Детское»... Причём не все они вещают из Москвы. Весьма популярны программы санкт-петербургской «Поляны сказок». В аннотации тюменской «Ребятчей республики» отмечено, что «это радио не только для детей и о детях, но и радио, которое делают дети».

Но сегодня и FM-каналы среди детей уже не пользуются прежней популярностью, они проиграли сетям. И это общемировая тенденция. Для завоевания аудитории в 50 млн человек американскому радио потребовалось 38 лет, телевидению — 14, а интернету всего 4 года.

Прежде, чем перейти к телепрограммам, необходимо напомнить, что традиции подготовки передач для детей заложены кинематографистами. В 60-х – 70-х годах в кинотеатрах перед началом сеансов демонстрировали киножурналы на самые разные темы. Перед детскими фильмами показывали, естественно, детские журналы. Первый выпуск кинопрограммы «Хочу все знать» вышел в 1957 году. Всего же их было подготовлено 326. Не только дети, но и взрослые вместе с ними с удовольствием смотрели выпуски «Веселой карусели», «Ералаша», «Пионерии». Многие киносценаристы, режиссеры, операторы вскоре перешли работать на мощно развивающиеся телестудии.

Телевидение начало стремительно развиваться во второй половине XX века. Оно, конечно, в соответствии с общемировой тенденцией, работало и на детскую аудиторию. «Так, согласно анализу истории исследования детей и масс-медиа в Америке, с появлением каждого нового средства массовой коммуникации в центре внимания общественности оказывается такая социальная проблема, как его влияние на детей» (Бакулев, 2003, с.12), — отмечает Г. П. Бакулев. Поскольку и радио, и только еще внедряемое ТВ существовали в СССР в рамках одной организации, в Государственных телерадиокомитетах, богатый опыт вещания на детскую аудиторию передавался от «старшего» СМИ новому хотя бы уже потому, что программы нередко готовили одни и те же люди. Поскольку в детских ТВ-программах шли созданные на студиях телепостановки, там формировались и актерские студии. Еще одна тенденция развития детского телевидения — выпуск программ школьных новостей (как, например, «Шквести» на телевидении Саранска).

Характерно, что в корпусе телепрограмм, в отличие от печатных изданий, сразу преобладали тематические. Так, с 1956 года выходили «Умелые руки», для любителей рисования в 1958 стали показывать «Выставку Буратино», с 1964 по вечерам дети ждали, когда им скажут «Спокойной ночи, малыши!», годом позже появилась получасовая утренняя передача «Будильник», будущие гроссмейстеры смотрели «Шахматную школу», а любителей астрономии встречал «Звездочет», на уроки в форме игрового спектакля приглашала

«АБВГ Дейка», на многие вопросы могли получить ответы зрители познавательной программы «Отчего и почему», вокальные и танцевальные таланты приглашались на конкурсы «Утренней звезды»...

Таким образом, детская журналистика представляет собой сложное явление, в котором выделяются группы медийных форматов, различающихся по функциям, жанрам, степени сочетания профессиональных и самодеятельных продуктов. Их систематизация возможна лишь при условии определения содержания и объема базовых понятий.

В научной литературе трактовка понятия «журналистика» позволяет выделить пять ипостасей данного явления. Журналистика — это социальный институт общества; система видов деятельности, направленной на поиск, получение, производство и распространение информации; совокупность профессий; комплекс каналов передачи массовой информации; система продуктов/произведений/текстов; журналистика как наука. Причем всё перечисленное имеет отношение не только к журналистике «взрослой», но и к анализируемой нами детской. И если традиционные СМИ — прессу, РВ и ТВ программы — уместнее было бы назвать журналистикой для детей, учитывая субъектно-объектные отношения, в которых ведущая роль организатора, редактора, а порой и цензора принадлежала взрослым, то с развитием интернета, когда коммуникация идет напрямую, чаще всего без взрослых посредников, следует говорить о детской журналистике в рамках более широкого явления — коммуникативистики. Как отмечает А. А. Калмыков, «всё, что размещено в сети, так или иначе является информацией, предназначенной для чтения различными аудиториями, поэтому границы между журналистским и нежурналистским контентом становятся достаточно размытыми» (Калмыков, 2009, с.32). В итоге в процессе сближения традиционной и интернет-журналистики произошла легитимизация в глазах профессионалов интернета и освоение профессионального журналистского мастерства любителями, среди которых огромное количество детей.

Появление новых функций журналистики носит всеобщий характер, они отражают трансформации в системе коммуникации в целом. Если сегодня в ходу не требующая расшифровки аббревиатура СМИ, то в 70-х годах прошлого века в учебниках и трудах теоретиков масс-медиа использовалось более сложное буквосочетание: СМПП, в которой «П» означало пропаганду. Но уже в тот период исследователи относили кино, радио и телевидение к средствам массовой коммуникации на том основании, что эти каналы предполагают «не только прямое воздействие на аудиторию, но и обратную связь аудитории с источниками информации, то есть процесс, вернее всего схватываемый понятием «общение», «коммуникация» (Музы ХХ в., 1978, с.6).

Первые публикации по материалам исследований в России интернет-журналистики появились, когда она заняла своё место в системе СМИ, а профессия интернет-журналиста становилась массовой. По мнению С.В. Ерофеева, «инициатива этих исследований исходила от журналистов-практиков, поскольку практическая журналистика нуждалась в научно-обоснованных ориентирах в новом информационном пространстве» (Ерофеев, 2011, с.4).

Отметим две точки развития взгляда на интернет-журналистику как коммуникативистику. Первая — это прошедший в 1999 году в Москве семинар, на котором обсуждались проблемы развития и внедрения на постсоветском пространстве новых медиа-технологий. Результаты семинара опубликованы в сборнике с характерным названием: «СМИ и современные технологии». Очевидно, что еще 20 лет назад интернет-технологии не рассматривались как фактор развития новых видов журналистики. Однако слова Джона Перри Барлоу «Вы испытываете ужас перед собственными детьми, потому что они чувствуют себя как дома в мире, в котором вы всегда будете иммигрантами» (Барлоу, 2010, с.37) оказались пророческими.

Вторая точка — XV международный медиафорум молодых журналистов «Диалог культур», прошедший 14 – 16 апреля 2021 года в Эрмитаже. Среди 170 журналистов, прибывших в Санкт-Петербург, на форуме были и совсем юные участники: 12-летние школьники из Задонска Софья Доморникова и Егор

Фёдоров. «Они приехали из 9-тысячного городка в Липецкой области, которую не каждый и на карте найдёт, а у них уже по 2 – 3 тысячи подписчиков — мечта многих взрослых журналистов, оставшихся в “доковидном” прошлом», — отмечал Ю. Антонов из «Аргументов недели». «И ещё неизвестно, кто у кого должен учиться» (Антонов, 2021, с.10). Эти слова, как представляется, следует считать сигналом признания детского блогерства как полноправного вида СМИ. Возрастных ограничений для освоения блогосферы практически не существует. Конечно, по правилам сервиса желающий завести блог на You Tube должен быть старше 13 лет. Но, если есть сервис Gmail, у детей уже имеется логин для регистрации на You Tube и можно переходить к настройкам аккаунта, используя свой адрес электронной почты.

Трансформация традиционного понимания журналистики определяется появлением не только новых способов распространения контента, но и приемов и методов его создания (Бакулев, 2003, с.5). Как ясно из приведенного выше примера, у многих школьников сегодня тысячи подписчиков. И хотя они прекрасно знают техническую сторону интернета, особенности распространения информации в сети, возможности своих компьютеров и смартфонов, практика показывает, что у них большая потребность в овладении умением создания журналистских текстов, освоения азов журналистики. Возникает потребность в разработке норм новых СМИ, которым необходимо учить: общению в сетях, этике и эстетике, аудиовизуальному языку и т.п.

Если до недавнего времени детей учили умению общаться, слушать и слышать чужое мнение, обращаться к широкой аудитории для того, чтобы помочь каждому из них состояться как личность, то теперь подобное обучение необходимо для сохранения культуры нашего общества. В социальных сетях не соблюдаются нормы толерантности, детей и подростков «атакуют психологически, духовно, душевно — каждый день, ...причем дети остаются с угрозой один на один» (Беседин, 2021, с.2). Подобная ситуация тревожит общественность. Приведем высказывание Е. Г. Водолазкина, доктора филологических наук, писателя: «Наблюдая за нынешним развитием истории,

думаю: отчего так жесток интернет? Оттого ли, что пишущие там никому не ведомы? Оттого ли, что пишут те, кто не рожден для публичных высказываний? Прежде ведь всенародно высказываться могли лишь немногие, чье слово было взвешенным, а ответственность осознанной» (Водолазкин, 2021, с.380). В журналистских публикациях высказывается мнение о том, что популярные телеграмм-каналы должны быть перемещены в правовое поле — приравнены к средствам массовой информации: «А чем они отличаются от СМИ? Тем, что они не подпадают под действие закона о средствах массовой информации. А СМИ наказываются и за клевету, и за ложную информацию, ... и журналисты средств массовой информации находятся в правовом поле. Телеграмм-каналы же никакой ответственности не несут» (Никитин, 2021, с.4).

Названная широкая проблема имеет множество составляющих. Но важнейшей представляется выработка стиля детской интернет-журналистики, включающего культуру использования средств ее создания. Так, например, аудиовизуальной культуре общества, несомненно, угрожает отсутствие у популярных блогеров специальных умений. В широком публичном пространстве необходимо общаться с помощью специального аудиовизуального языка — комплекса средств и приемов аудиовизуальной выразительности и коммуникации. Без этого умения проблематично создать интересное произведение, будь то беседа или фильм. И педагогам школ, из которых выходят действующие и будущие блогеры, необходимо самим освоить азы этой деятельности, понять, что в основе всех аудиовизуальных произведений лежит киноязык (Носик, 2000).

Важнейшую роль в процессе создания аудиовизуальных произведений играет монтаж. Он может быть межкадровый и внутрикадровый, параллельный и перекрестный. Важная тема — планы разной крупности. Съемки с движения — проезд, отъезд, наезд — очень сложная часть съемочного процесса. Нельзя бездумно злоупотреблять трансфокатором, утомляя бессмысленными наездами и отъездами. Панорама может быть горизонтальной и вертикальной. Многочисленные ролики в You Tube убеждают нас в том, что неопытные

блогеры снимают панорамы быстро, смазывая изображение. А их надо снимать медленно, начиная и заканчивая статичными кадрами. Если человек увлечется блогерством, то придет к тому, что лучше снимать не смартфоном, а телекамерой и со штатива (у профессионалов съемки без штатива считаются браком, они уместны лишь при репортажной съемке). И еще одна азбучная истина: закадровый текст не должен дублировать изображение. Нарушение этих простых профессиональных правил в блогерстве, которое, безусловно, является разновидностью современной самодеятельной журналистики, приводит к снижению общей культуры.

Еще один важный аспект — свет и цвет. Это уже искусство. На натуральных съемках необходимо учитывать естественное освещение, иначе вместо глаз у снимаемых будут лишь теневые провалы. А в помещении, откуда будет вещать блогер, надо подобрать светильники. Неверно выставленный свет может исказить визуальное изображение до неузнаваемости.

Сегодня все школьники знают, что и как искать в интернете. И всё же лучше помочь им найти рекомендации, подготовленные, например, международной платформой You Tube, как надо и как не надо снимать. Порекомендовать переведенный в 2016 году на русский язык бестселлер Стива Стокмана «Как снять отличное видео на зависть профессионалам». Автор — продюсер, сценарист, писатель и режиссер. Это издание в США не один год занимало верхние строчки книжных рейтингов. Стив Стокман считает, что видео — это новый язык, которого многие не знают: «Учиться снимать хорошее видео — всё равно что учить иностранный язык: учиться не только тому, что сказать, но и как сказать, чтобы тебя поняли другие».

Означенные выше проблемы важны для педагогики прежде всего потому, что история формирования аудиовизуального языка — не только история развития новых технологий и основанных на них творческих методов, но и история воспитания аудитории, ее художественных вкусов, умения восприятия образов и скрытых в них смыслов. Первые посетители синематографа при виде надвигающегося с экрана поезда от ужаса падали на пол. Знаменитый режиссер

Л. Бунюэль рассказывал о жутком страхе, когда увидел в кинозале так называемый наезд, когда голова человека начала увеличиваться до размеров экрана. Б. Шкловский вспоминал, что, когда в СССР в первый раз демонстрировали ленту Гриффита «Нетерпимость», публика не выдерживала непривычного монтажа и уходила из зала (Шкловский, 1985, с.34). Со временем она научилась читать Гриффита с открытого листа.

Приведем еще одну обширную цитату: «Под влиянием более совершенных технологий и новых творческих методов, путем адаптации образности других искусств синтезируется новая, экранная образность, весьма сложная для восприятия, а потому требующая активного сотворчества зрителя. Он должен уметь воспринимать экранную условность. В противном случае создатели произведения и зрители будут говорить на разных языках и фильм не будет воспринят аудиторией» (Десяев, 2003, с.77). В наше время воспитание аудитории идет параллельно с воспитанием автором интернет-продукта. И возглавить этот процесс должна педагогика.

Особая проблема — формирование ответственности за каждое распространенное в сети слово, видеоизображение. Конечно же, львиная доля информации останется на уровне лайков, приколов, всевозможных образцов гламурности и псевдоинтеллектуальных сентенций. Но как бы ни было трудно педагогам на фоне жестких, а порой и жестоких видеореалий сеять разумное, доброе, вечное, детей необходимо приучать к тому, что в жизни очень многое зависит от них самих. И, несмотря на пафосность и даже затасканность идеи, учить их гражданской позиции.

Любой нормальный человек, вне зависимости от возраста, стремится сделать нашу действительность хоть чуть-чуть лучше. Дети с их обостренным чувством справедливости обычно хотят искоренения недостатков. И сегодня у них возможностей влиять на общественное мнение гораздо больше, чем когда-либо. Но прежде всего обращающийся к аудитории юный гражданин должен не только иметь техническую возможность, но и уметь общаться в сети, соблюдая все правила этикета. А для этого — освоить язык аудиовизуального общения.

Литература:

1. Антонов Ю. (2021) Диалог вышел с карантина. *Аргументы недели*, 15.
2. Бакулев Г. П. (2003) Современные концепции и теории массовой коммуникации в контексте новых медиа: Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. М., 59 с.
3. Барлоу Дж. П. (2010) Декларация независимости киберпространства. *СМИ и современные технологии*.
4. Беседин П. (2021) Подражатели. *Литературная газета*, 21.
5. Водолазкин Е. Г. (2021) Оправдание Острова. М.: Изд-во Елены Шубиной.
6. Гостомыслов А.П. (2006) Детская журналистика. СПб: ДЕМОС.
7. Десяев С. Н. (2003) Образ времени и время образа. Саранск: МГУ им. Н.П. Огарева.
8. Ерофеев С. В. (2011) Становление профессии интернет-журналиста на рубеже XX – XXI вв.: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 30 с.
9. Калмыков А. А. (2009) Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. М., 50 с.
10. Капустина Г. Л. (2012) «Пионерская правда» как феномен детско-юношеской образовательной журналистики. *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*, 1, 176-186.
11. Музы XX века: Художественные проблемы средств массовой коммуникации (1978). М.: Искусство.
12. Никитин С. (2021) Интернет-СМИ должны работать в правовом поле. *Аргументы недели*, 18.
13. [Носик А. \(2000\) СМИ русского Интернета: теория и практика.](http://www.nethistory.ru/biblio/1043177564.html) Получено с <http://www.nethistory.ru/biblio/1043177564.html>.
14. Панфилов Н. Д. (1985) Школа кинолюбителя. М.: Искусство.
15. Радиожурналистика (2002). М.: Аспект Пресс.

16. Федченко С.Н. (2001) Журнал для детского чтения в представлениях литературной критики начала XX века. *Новый исторический вестник*. Получено с <http://www.chukfamily.ru/Kornei/Biblio/fedchenko.htm>.
17. Шкловский В. Б. (1985) За 60 лет: Работы о кино. М.: Искусство.
18. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования (2009). М.: Издательство МГУ.