

ЮВЕНИЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СИСТЕМЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Диана Игоревна Косолапова

аспирант кафедры журналистики

Пермский государственный университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15, ауд.11. dvorovy_vestnik@list.ru

Статья посвящена феномену ювентильной журналистики, в основе которой лежит коммуникация и социальная адаптация детей и подростков. Определяется ее место в системе массовых коммуникаций. Впервые дается определение ювентильной журналистики, позволяющее выделить ее как специфическое направление детской журналистики. Выявлены и описаны характерные особенности ювентильной журналистики на примере печатной прессы.

Ключевые слова: ювентильная журналистика; юнкорская деятельность; личностно-окрашенная информация; коммуникация; социальная адаптация; межпоколенческий диалог.

Специфическим элементом системы массовых коммуникаций выступает детская журналистика. Традиционно и справедливо считается, что она преследует цель «приобщить ребят к культуре, духовному и нравственному образованию, этике, эстетике» [Овсеян 1999: 97] и является каналом трансляции положительных социальных ценностей от старшего поколения к младшему. На страницах газет и журналов, адресованных юному читателю, поднимаются вопросы морали, разумного проведения досуга. В качестве ее основных функций выделяют информационную, воспитательную, познавательную и функцию социализации. Специфика детской журналистики – в четко выраженной ориентации на детскую аудиторию и в использовании присущих только ей «приемов отображения действительности, собственных выразительных средств, форм, способов контакта с аудиторией» [Руденко 1996: 48].

В целом детская журналистика, казалось бы, основательно исследована. Однако все писавшие об этом явлении авторы не уделяли, как нам кажется, должного внимания одной существенной детали. Как определяет И.А.Руденко, «детская журналистика включает в себя газеты, журналы, теле- и радиопередачи, предназначенные для детей и создаваемые самими детьми» [Руденко 1996: 48]. Иначе говоря, термин «детская журналистика» объединяет два явления, между которыми есть, на наш взгляд, принципиальное различие в том, кто является создателем информационных продуктов для детей.

Более изученными на сегодняшний день являются как раз те детские СМИ, которые созда-

ются взрослыми для детей. Профессиональной детской журналистике посвящены монографии М.А.Алексеевой, В.Н.Ганичева, К.Ю.Новикова, О.А.Петровой, И.А.Руденко, а также многочисленные статьи. В них рассматривается история и современное состояние данного направления журналистики.

Тем не менее, существует значительный пласт СМИ, создателями которых являются сами дети и подростки. Большинство авторов лишь упоминают о существовании данного явления, но зачастую вскользь и под разными названиями: самодетельная [Грабелъников 2001: 91], самиздатовская [Цимбаленко 2010: 34], юнкорская [Попова 1993: 57], подростковая [Федорова 2005: 109], хозрасчетная пресса [Гостомыслов 2006: 9], журналистика «детьми для детей» [Кулакова 2007: 33] и т.д. Более подробную характеристику дает французский исследователь Жак Гонне, выделяя детскую прессу, созданную детьми при поддержке взрослых (школьные газеты), и издания, возникшие стихийно исключительно по воле подростков (лицейские газеты) [Гонне 2000: 7].

Нам представляется целесообразным выделить терминологически феномен детской журналистики, создаваемой детьми, из общего массива детской журналистики. Акцентируя возрастную характеристику производителей информационного продукта, мы предлагаем называть данное явление «ювентильной»¹ журналистикой.

Определение «ювентильный» широко используется в различных областях знания и культуры. В биологии ювентильным гормоном называют

гормон насекомых, регулирующий их постадийное развитие, он наиболее активен на стадии личинки. В медицине термин используется для обозначения заболеваний у подростков. В психологии термин «ювенильный» нередко выступает как синоним термина «инфантильный». В юриспруденции выделяют ювенальную юстицию, которая представляет собой систему государственных органов, осуществляющих правосудие по делам о преступлениях и правонарушениях, совершённых несовершеннолетними. В антиутопии «Ювенильное море (море юности)» А.П.Платонов использует его как синоним юношеского максимализма.

Однако, выбирая этот термин, мы имеем в виду, прежде всего, давнюю литературную традицию называть «Juvenilia» собрания ранних опытов, созданных автором в детском и юношеском возрасте². Применяя к журналистике термин «ювенильная», мы стремимся подчеркнуть принципиальную в этом случае возрастную принадлежность авторства, которая определяет специфику журналистской деятельности детей и подростков.

Ювенильную журналистику мы можем определить как коммуникативную и социально-адаптивную деятельность детей и подростков по сбору, обработке и периодическому распространению личностно-окрашенной информации.

Для более полной характеристики явления мы рассмотрим следующие вопросы. Какое место занимает ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций? Какую роль играют взрослые при создании ювенильных СМИ? Что характерно для ювенильной печатной прессы? С какими целями создаются ювенильные издания? Что приводит детей и подростков в ювенильные редакции?

Ювенильные издания можно разделить на два подвида в зависимости от степени участия в них взрослых. В первом случае это участие не допускается ни в какой мере, даже отторгается. Такие издания возникают «снизу» [Кулакова 2007: 33], по инициативе самих ребят. Сюда относится «самиздат, который пробивает себе дорогу <...> часто вопреки намерениям взрослых, лишенный материальной поддержки» [Детская и юношеская самодетельная пресса 1994: 14]. Французский исследователь школьной и лицейской прессы Жак Гонне считает, что в «дикой» лицейской прессе мир юности противопоставляется миру взрослых. «Все значимое для подростка исходит из сознания им своего права на существование, права на установление новых взаимоотношений с самим собой и, может быть, самое главное –

потребности высказываться от имени своих сверстников» [Гонне 2000: 155].

Издания второго типа тоже издаются детьми – «при творческой, а главное материальной поддержке взрослых» [Детская и юношеская самодетельная пресса 1994: 14]. Как правило, инициатива их создания принадлежит администрации школы или учреждения дополнительного образования «сверху». Такие школьные издания, по мнению Жака Гонне, «позволяют решить широкий спектр педагогических задач. Слово «школьный» здесь понимается двояко: и как указание на возраст детей – создателей газет, и как особую педагогическую модель, поскольку процесс инициируется учителем и развивается под его руководством» [Гонне 2000: 7]. Учитель исполняет «роль посредника между учебным заведением и подростками, между подростками и их родителями, между школой и обществом. Часто он – центральная фигура в отношениях конфликтующих между собой сил и, если он «содействует» ребятам в издании их газеты, ему волевым образом приходится принимать участие в этих конфликтах» [Гонне 2000: 138].

Е.Н.Черникова противопоставляет ювенильную журналистику второго типа любительской журналистике: «если в первой половине XX в. любительство в нашей журналистике поощрялось государством. <...> Сейчас есть разветвленная система подготовки специалистов на факультетах журналистики, а также развилась обширная сеть студий юных журналистов» [Черникова 2005: 226].

По данным Пермского отделения Лиги юных журналистов, на сегодняшний день в городе Перми и Пермском крае выходит более ста детских и подростково-молодёжных изданий. Большинство из них – СМИ, созданные на базе школы или учреждения дополнительного образования «сверху». Это школьные газеты, редакция которых, как правило, состоит из 5-15 корреспондентов и руководителя (обычно учителя-филолога или преподавателя информатики). В большинстве пресс-центров редактором является ребенок-старшеклассник, а педагог выполняет координирующую функцию. Основным возраст участников такого объединения – 12-16 лет. Практически все проанализированные детские газеты имеют относительно небольшие тиражи. Исключение составляет лишь городская школьная газета «Планета Школа» (2003-2007 гг.), тираж которой составлял 17 000 экземпляров. Подавляющее большинство детских изданий Пермского края издаются с периодичностью не чаще, чем 1 раз в месяц. Некоторые – 2-3 раза в месяц, иные – еще реже. К самодетельным изданиям,

появившимся «снизу», без помощи учебных заведений можно отнести только газету «Дворовый вестник» [Косолапова 2007: 132-134].

Газетные материалы, созданные детьми, имеют свои характерные черты: выбор информационных поводов из микросреды, передача не социально значимой, а лично окрашенной информации, синкретичность формы её подачи.

Для выявления основных тем и жанров, которые используются в ювентильной прессе, было проанализировано 253 номера 42 изданий г.Перми и Пермского края за 2004-2009 годы. Источниковой базой стали издания из архива Краевого конкурса детской, подростковой и молодежной печатной прессы «Взлетная полоса» и материалы Краевого форума детских и подростково-молодежных Пермского края «Точка отрыва», а также личный архив автора.

В большей части текстов ювентильной прессы рассматриваются информационные поводы в масштабе микросреды (56,9%), что говорит о том, что целью ювентильной журналистики является передача не социально значимой (в мезо- и макросреде), а лично окрашенной информации (в микросреде). Так, Полина, корреспондентка детской газеты, обращается к проблеме сокращения числа педагогических училищ в провинциальных городах Пермского края после того, как она решила получить специальность учителя начальных классов, но в приемной комиссии не стали даже смотреть её аттестат, потому что «мест больше нет» [Мусихина 2010: 7].

Информационные жанры более характерны для ювентильных СМИ, чем аналитические. Самыми часто используемыми жанрами являются информация (26%), заметка (23,2%) и зарисовка (10,8%). Опросы составляют 8,7% контента. Статьи сложно дифференцируются по жанрам, они более напоминают школьные сочинения, чем журналистские материалы.

Особенностью текстов является оценочность подаваемой информации. Даже в текстах информационных жанров автор субъективен как на уровне стиля, так и на уровне фактов. Юнкор пишет именно о моментах, которые интересны лично ему: описывая в своей газете форум «Точка отрыва», ребенок не сообщает о дате его проведения или о географии участников, ему интереснее рассказать о том, что кисель в столовой был фиолетового цвета [Сидорова 2009: 2].

Выводы, полученные в Пермском крае, дополняют устоявшееся мнение, что основной тематикой ювентильных изданий становится, с одной стороны, «информация, касательно всех сфер жизни молодежи, с другой – необходимость отвечать на вопросы нового поколения, иначе

раскрывать «вечные» темы, непреходящие истины (любовь, доброта, красота)» [Федорова 2005: 111]. Юные читатели ищут в СМИ «ответы на вопросы, которые ставит возраст» [Лозовский 2001: 17].

Примечательно, что для ювентильных изданий, созданных «снизу», более характерны «юмор, ирония, насмешка, розыгрыш, переворачивание ситуации, иной раз доходящее до откровенной издевки» [Гонне 2000: 9]. Для Жака Гонне школьная и лицейская журналистика – это попытка установления детьми и подростками связи со взрослым миром, включение во взрослую жизнь, диалог в конфликтной форме.

Цель ювентильного издания – не столько создать информационное пространство, сколько обеспечить условия для самореализации и самопознания как юнкором, так и читателей. Тематами становятся «моя реальная жизнь», «мои реальные переживания». В центре внимания оказываются впечатления о жизни, маленькие открытия, достижения, значимые только для автора и его микросреды: «Мы с бабушкой ездили в зоопарк. Там девочка курила и бросила сигарету обезьяне через решетку. Обезьяна её покурила, а потом распотрошила и съела!» [Габдулхаева 2010: 4].

Газета выступает своеобразным форумом, служит для самопрезентации и обмена мнениями детей, подростков и их ближайшего окружения. Данный тезис подтверждается наблюдением за деятельностью редакции «Дворовый вестник» в течение 10 лет, а также результатами анкетирования 120 юных журналистов Перми и Пермского края (участников фестиваля школьной и электронной прессы «Золотое перо» и VIII слета юнкором). Они позволили выявить основные темы для написания материалов и читательские предпочтения юнкором [Косолапова 2009: 52-54].

На вопрос «На какие темы вы больше всего любите писать?» были получены следующие ответы. 17% респондентов предпочитают писать на темы школьной жизни: о мероприятиях, достижениях учеников и учителей. На втором месте оказались статьи о проблемах молодежи (12%). Следовательно, данные темы на самом деле являются наиболее значимыми для детских изданий. На третьем месте – интересные случаи из жизни (11%). 7% пишут статьи о событиях и интересных людях. О чувствах и взаимоотношениях между людьми пишут 6% респондентов. Примечательно, что 3% юнкором любят писать про «что-то необычное, не такое, как у всех».

На вопрос «Что вы обычно читаете в своей газете?» 25% респондентов ответили, что читают абсолютно всё (причем три человека из 30, ответивших подобным образом, сделали пометку, что

делают это, потому что являются редакторами). 14% читают школьные новости, информацию о мероприятиях, успехах и достижениях учеников и учителей. Жизнью и проблемами молодежи интересуются всего 5%. Примечательно, что 3% респондентов читают только свои статьи, а 2% – статьи своих друзей.

Жак Гонне наблюдает аналогичную ситуацию во Франции: «...лицейские газеты выражают мысли лишь небольшой социальной группы (лицейстов, создающих свои газеты), но группы, наиболее активной. Не претендуя на то, чтобы считать себя рупором остальных лицейстов, те из них, которые делают эти газеты, демонстрируют частично осознание ситуации среди молодежи вообще» [Гонне 2000: 93].

На вопрос «Почему вы пишете в свою газету?» 30% респондентов ответили, что им это нравится, это интересно; 23,3% считают, что это способ высказаться, поделиться своим мнением на ту или иную тему (мотив самовыражения). Хотят связать свою дальнейшую жизнь с журналистикой 11,7% (мотив самоопределения). 10% пишут в свою газету, потому что считают ее интересной и полезной обществу (широкий социальный мотив), 5% – потому что это приносит пользу самому респонденту (возможно, мотив саморазвития). Для 5% опрошенных участие в работе редакции – это возможность познакомиться с новыми людьми (мотив общения). К проявлению узких социальных (или позиционных) мотивов можно отнести ответы 5% юнкоров, которые считают, что грамотно излагают свои мысли и хотят, чтобы об этом знали другие; 5% отвечавших – это те, для которых публикации в газете – наиболее простой и привлекательный способ участия в жизни школы; 3,3% корреспондентов детских и подростково-молодежных изданий нравится участвовать в различных конкурсах и получать грамоты и дипломы; и 1,7% школьников приятно видеть свои статьи напечатанными в газете. Таким образом, мотивами участия в юнкорской деятельности являются интерес, потребность в самовыражении и самоопределении, максимально обеспечивающие личностное развитие подростка [Косолапова 2008: 23-25].

Можно ли назвать появление ювенильной журналистики, нацеленной в первую очередь на коммуникацию и социальную адаптацию, а не на передачу информации, закономерным этапом развития современного общества? Являются ли ювенильные СМИ элементом культуры постиндустриального общества, когда средства фиксации и распространения информации становятся общедоступными?

Развитие системы информационного пространства идет в направлении все большей переориентации на пользователя, из репрезентативного оно все более становится коммуникативным [Цымбаленко 2010: 95]. Социализация происходит тем успешнее, чем активнее индивид участвует в коммуникации и творческо-преобразовательной общественной деятельности [Павловский 2001: 153].

В конце XX – начале XXI вв. отмечается переход к префигуративной (диалоговой) цивилизации [Мид 1988: 332]. Происходит признание ребенка полноправной и значимой личностью в обществе. Дети и подростки вступают в межпоколенческий диалог с взрослыми, причем он происходит не в форме наставлений старшего поколения младшему, а в форме площадки для обсуждения актуальных вопросов, результатом которого становится взаимообогащение обеих сторон. Ребенок «формирует» родителей еще больше, чем они воспитывают его, а реальный стиль воспитания складывается в ходе их конкретного взаимодействия [Кон 1992: 47-48]. Одной из площадок для межпоколенческого диалога становятся детские средства массовой информации.

Бурное развитие ювенильной журналистики в конце XX – начале XXI вв. является результатом перехода к префигуративной культуре. Ювенильные издания становятся площадкой для направленного на определение себя как личности и своего места в жизни диалога: во-первых, со сверстниками, во-вторых, со взрослыми и, в-третьих, самим собой. Это отражается в выборе информационных поводов из микросреды, оценочности и синкретичности их подачи.

¹ Ювенильный – (лат. juvenilis – юношеский) – относящийся к детскому и юношескому возрасту; не достигший полового созревания.

² В отечественной литературной традиции мы можем сослаться на пример Валерия Брюсова. Под заглавием «Juvenilia» он собрал свои стихотворения 1893-1895 гг. В предисловии к сборнику Брюсов писал: «Произведения, которые сам автор называет юношескими, не могут иметь самостоятельного значения. Juvenilia важны только потому, что они первая ступень *моей* поэзии, первая фаза *ее* развития. Каждый поэт начинает подражаниями: он должен достичь своих предшественников, чтобы идти дальше. Каждый лирик начинает узко субъективными стихотворениями: вдохновение юности еще граничит с простым возбуждением чувства. Juvenilia — начальная книга *моей* поэзии». Брюсов В. Собр. соч. В 7 т. М., 1973. Т.1. С.505. Впервые в европейской традиции название «Juvenilia» было использовано еще в 1622 г. английским поэтом Джорджем Уитером для сборника своих стихов. В дальнейшем собрания ранних стихотворных

опытов таким образом называли Джон Драйден и Альфред Теннисон. Под названием «Juvenilia» издаются также ранние литературные опыты Джейн Остин.

Список литературы

Алексеева М.А. Советские детские журналы 20-х годов. М.: Изд-во МГУ, 1982. 132 с.

Габдулхаева В. Поездка в зоопарк // Дворовый вестник, 2010, № 6. С.4.

Ганичев В.Н. Молодежная печать: история, теория, практика. М.: Мысль, 1976. 286 с.

Гонне Ж. Школьные и лицейские газеты / пер. с фр.; общ. ред. и вст. ст. А.В.Шарикова. М.: ЮНПРЕСС, 2000. 200 с.

Гостомыслов А.П. Детская журналистика. Хозрасчетные газета и журнал в школе. М.: Михайлова В.А, 2006. 369 с.

Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы. М.: Изд. РИП-Холдинг, 2001. 336 с.

Детская и юношеская самодеятельная пресса: теория и практика / под ред. А.В.Шарикова М.: ЮНПРЕСС, 1994. 77 с.

Кон И.С. Вкус запретного плода. М.: Молодая гвардия, 1992. 365 с.

Косолапова Д.И. «Дворовый вестник» как феномен саморазвивающегося детского издания // Научное творчество молодежи. Ч.3. Томск: Изд-во Томского ун-та, 2007. С. 132-134.

Косолапова Д.И. Мотивы участия подростков в юнкорской деятельности // Ломоносов – 2008. М.: Изд-во МГУ, 2008. С. 23-25.

Косолапова Д.И. Характерные черты детских и подростково-молодёжных периодических изданий // Ломоносов – 2009. М.: Изд-во МГУ, 2009. С. 52-54.

Кулакова Н.Л. Особенности детских и подростковых изданий // Ломоносов – 2007. М., 2007. С. 33-34.

Лозовский Б.Н. Журналистское воздействие на молодежь. Свердловск: Свердловская типография, 2001. 533с.

Мусихина П. Не судьба! // Дворовый вестник, 2010, № 8. С. 7.

Новиков К.Ю. Психология детского радиовещания. М.: Компания спутник+, 2006. 240 с.

Овсепян Р.П. История новейшей журналистики. М.: Изд-во МГУ, 1999. 304 с.

Павловский В.В. Ювентология: проект интегративной науки о молодежи. М.: Академический проект, 2001. 304 с.

Петрова Г.М. Юнкор: стоит ли делать из него профессионального журналиста // Подростково-молодежные СМИ Пермского края. Кунгур, 2006. С. 7-12.

Петрова О.А. Детская журналистика: учебно-методическое пособие для студентов специальности «Журналистика». Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2007. 104 с.

Попова М.Ф. Юнкорская деятельность в социуме как средство воспитания // Гуманизация и гуманитаризация педагогического образования. Екатеринбург, 1993. С. 57-63.

Руденко И.А. Детская пресса России на современном этапе. М.: Детская журналистика, 1996. 411 с.

Сидорова Е. Из-под парты // Яичная запеканка, 2010, № 2. С. 2.

Федорова А.Б. Подростковая газета как тип издания // Современная детская пресса: векторы развития / ред.-сост. А.Н.Тепляшина. СПб.: СПбГУ, 2005. С. 109-118.

Цимбаленко С.Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. М.: НИИ школьных технологий, 2010. 256 с.

Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2005. 287 с.

JUVENILE JOURNALISM IN THE SYSTEM OF MASS COMMUNICATIONS

Diana I. Kosolapova

**Post-Graduate Student of Journalism Department
Perm State University**

The article is devoted to the phenomenon of juvenile journalism which has communication and social adaptation of children and teenagers as its basis. Its place in the system of mass communications is found. It is for the first time that juvenile journalism is given a definition, which allows marking it out as a specific area of children's journalism. Characteristics of juvenile journalism are revealed and described on the example of the printed media.

Key words: juvenile journalism; activity of young journalists; personality-meaningful information; communications; social adaptation; intergenerational dialogue.