

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА»**

КАФЕДРА ЛИТЕРАТУРЫ И РУССКОГО ЯЗЫКА

Выпускная квалификационная работа

на тему «Медиаконтент для детей как элемент образовательного процесса:
проблема и ее решения»

направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Выполнила:

студентка 4 курса очной ф/о

Иванова Карина Александровна

Научный руководитель:

Цуканов Евгений Александрович, к.ф.н., доцент

Работа представлена в ГЭК « ____ » _____ года

Зав. кафедрой _____ (подпись)

Санкт-Петербург

2021 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА. 1. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СПЕЦИФИКА ДЕТСКИХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ.....	6
1.1 История развития и специфика отечественной прессы для детей	6
1.2. История развития и специфика отечественного радиовещания для детей	19
1.3. История развития и специфика отечественного телевидения для детей	27
ГЛАВА. 2. КУЛЬТУРОФОРМИРУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ ДЛЯ ДЕТЕЙ.....	34
2.1. Образовательный потенциал	34
2.2. Воспитательный потенциал	46
2.3. Развлекательно-рекреационный потенциал.....	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	64
ПРИЛОЖЕНИЯ	72

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования обусловлена снижением уровня развития прессы, а также радио- и телевидения для детей в России. Зарождение отечественных СМИ для детей началось с появления во второй половине XVIII века журнала Н.И. Новикова «Детское чтение для сердца и разума». Н.И. Новиков смог определить основные задачи СМИ для детей. Главными ценностями, транслируемыми в периодических изданиях, были образование и воспитание юной аудитории. Эта же тактика была применена во времена Советского Союза. Помимо периодических изданий началось становление радио- и телевидения для детей. Отличительной чертой советского периода, безусловно, является идеологический характер СМИ. Но стоит упомянуть, что данная тактика никак не сказалась на жанровом и тематическом разнообразии материалов и детских программ, возрастная дифференциация также была широко представлена. Несмотря на сильную пропаганду, детские СМИ четко представляли и осознавали свои цели, которые заключались в воспитании достойных граждан своей страны. СМИ говорили с детьми на взрослые темы, обсуждая политику, экономические задачи государства, общество, историю, культуру и т.д.

Сегодня средства массовой информации ограждают юную аудиторию от подобных тем. Если СМИ для дошкольников представлены более качественными проектами (литературные журналы, обучающие чему-либо в игровой форме радио- и телепередачи и др.), то медиаконтент для школьников и старших школьников чаще всего не несет в себе образовательно-воспитательную функцию. Вместо обсуждения важных вопросов, которые в дальнейшем помогут ребенку составить свое мнение о мире в целом, СМИ предлагают говорить на провокационные и «хайповые» темы (мода, шоу-бизнес, сексуальные отношения и т.д.).

Еще одной тенденцией современности становится то, что детская аудитория начинает самостоятельно переключать внимание

на СМИ, не соответствующие своему возрасту. Так, исследовательская компания «Mediascope» сообщает, что в 2019 г. к 14-17 годам школьники предпочитают такие каналы, как «СТС», «ТНТ», «Первый». В возрасте от 9 до 13 лет детские специализированные программы и анимационную продукцию смотрят лишь 40% аудитории, а в возрасте от 14 до 17 менее 20%. К сожалению, нельзя упускать из виду, что не специализированные СМИ могут предоставлять детям информацию, которая скажется на их мировоззрении в худшую сторону. Например, просмотр молодежных сериалов на «ТНТ» вполне способен привить ребенку определенный образ поведения, так как данная аудитория часто подвержена калькированию плохих персонажей.

Но стоит помнить, что СМИ являются мощнейшим инструментом именно для образования и воспитания своей аудитории, и нужно стремиться использовать этот ресурс правильно. Таким образом, дальнейшее развитие прессы, а также радио- и телевидения для детей в России и предоставление качественного развивающего контента является актуальной проблемой.

Целью исследования является изучение качественных характеристик отечественного медиаконтента для детей как важного элемента образовательного процесса в сложившихся условиях информационного общества.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть историю становления и развития отечественной прессы, радио- и телевидения для подрастающего поколения.
2. Выявить образовательный, воспитательный и рекреационный потенциал средств массовой информации, создающих и транслирующих детский медиаконтент в современной России.
3. На основе полученных данных оценить возможности совершенствования отечественного медиаконтента на долгосрочную перспективу.

Объект исследования: культууроформирующий и смыслопорождающий потенциал отечественных средств массовой информации.

Предмет исследования: медиаконтент для детей как ключевой фактор образования и воспитания юношества.

Методологическая основа выпускной работы включает в себя: анализ, сравнение, наблюдение. Теоретическая база исследования представлена специальной литературой, посвященной истории и развитию печатных изданий, а также радио- и телевидения для детей в России (О.Д. Минаева «История отечественной журналистики», В.К. Сигов «Детская литература: учебник для среднего профессионального образования», В.В. Бендерский «История отечественных средств массовой информации», А.Г. Когатько «История отечественного телевидения для детей» и др.). Также были проанализированы детские периодические издания, радио- и телепрограммы различных периодов («Детское чтение для сердца и разума», «Звездочка», «Мурзилка», «Пионерская зорька», «Спокойной ночи, малыши!», «Большая перемена» и др.), мультипликационные сериалы («Смешарики», «Фиксики»), короткометражные, полнометражные и художественные фильмы.

ГЛАВА. 1. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СПЕЦИФИКА ДЕТСКИХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ

1.1 История развития и специфика отечественной прессы для детей

Историю развития прессы для детей можно разделить на три этапа:

1. Дореволюционный период (1785-1917гг.)
2. Послереволюционный период (1922-1991гг.)
3. Детская пресса конца XX-начала XI века

Появление детской прессы в России исследователи относят к концу XVIII века. Ее отцом по праву признается выдающийся русский просветитель и журналист Н.И. Новиков (1744-1818 гг.). Журнал Н.И. Новикова «Детское чтение для сердца и разума» вышел в свет в 1785 г. и стал первым детским изданием в России. Являясь выходцем из дворянской семьи, будущий общественный деятель едва ли знал о тяготах простого народа, но в 1767 г. Н.И. Новиков получает работу в комиссии, которая занималась составлением обновленного свода законов под названием «Новое уложение». Данная деятельность позволила писателю изнутри взглянуть на проблемы России, которые он поднял в своем первом журнале «Трутень» (1769 г.). Н.И. Новиков вел особую редакционную политику, открыто противоречившую взглядам правящего класса, в частности идеям Екатерины II. Редактор не боялся обличать пороки государства в достаточно грубой форме. В свою очередь ответы на его нападки императрица помещала в собственное издание под названием «Всякая всячина». Данная полемика была зафиксирована как первый диалог между представителями разных политических взглядов в отечественной журналистике. Несмотря на то, что в итоге «Трутень» все же был закрыт особым распоряжением императрицы, этот опыт взрастил в Н.И. Новикове новые идеи. А именно мысль о том, что только с детства занимаясь образованием, можно воспитать

истинных граждан для своей страны. Так, на свет появился ранее упомянутый специализированный журнал «Детское чтение для сердца и разума».

Данное издание выходило с 1785 по 1789 г. Журнал выходил с периодичностью раз в неделю по воскресеньям и являлся бесплатным приложением к газете Н.И. Новикова «Московские ведомости». В пилотном выпуске 1785 г. читателей встречает вступление, которое сразу определяет концепцию всего издания. Автор обращается к «благородному российскому юношеству» и называет причины создания журнала. Во-первых, выделяется проблема отсутствия качественного детского чтения на русском языке. В рассматриваемый период вся литература была представлена на немецком и французском языках. Автор задается волнующим его вопросом: «Что же читали те дети, которые говорили только на русском?». Н.И. Новиков пишет: «Однако несправедливо оставлять свой собственный язык» [42, с.4]. Тема слишком большого импортозамещения, а также «рабского подражания» будет проходить красной нитью по всем выпускам журнала [43, с.43]. Далее автор стремится «доставить упражнения на природном нашем языке», подражая лучшим немецким сочинениям. В-третьих, обращаясь к детям, Н.И. Новиков указывает, что это будет первое издание «соразмерное вашему возрасту, вашим силам и вашему развивающемуся еще понятию» [42, с.5].

В основном журнал включал в себя моральные или нравоучительные пьесы, которые учили детей, как относиться к богу, государству, родителям, наставникам (учителям), ко всем людям и к самим себе. Также в издании помещались материалы, рассказывающие о различных сведениях из мира науки (физика, география, история и др.). Печатались путевые заметки, выдержки из «Contemplation de la Nature» («Созерцание природы») знаменитого натуралиста и философа Шарля Бонне, материалы из «Практической философии», переводы самых популярных европейских авторов, пишущих для детей, например, графини де Жанлис, Вольтера, Г.Э. Лессинга и первые литературные опыты Н.М. Карамзина.

Несмотря на то, что с 1785 по 1789 г. издание преследовало цель доставить пользу для развития и воспитания детей, журнал менялся, рос и совершенствовался вместе со своей аудиторией. Эти изменения можно проследить, проанализировав первый выпуск «Детского чтения для сердца и разума» за 1785 г. и его семнадцатый выпуск за 1789 г. Изначально основной проблемой журнала являлась борьба добра со злом, совести с самыми низкими качествами человека. Н.И. Новиковым был создан персонаж по имени Добросерд (немолодой образованный человек), от имени которого велись басни и поучительные истории. Например, размышление о том, почему нужно слушаться родителей. Первым материалом в издании становится «Повесть о Селеме и Ксамире (о добром человеке и порочном льстеце). Особенность первых выпусков также заключалась в том, что Добросерд не просто вел монологическую речь, а коммуницировал с читателями и такими же вымышленными персонажами детей. Последние общались друг с другом на страницах издания, задавали своему наставнику вопросы и самостоятельно приходили к определенным логическим выводам. Так, «Детское чтение для сердца и разума» учило юных читателей размышлять и делать выводы, что до сих пор важно для любого современного образованного человека. Также в первой части журнала за 1785 г. представлены повести: «Разговор между отцом и детьми», «Четыре времени года», «Разговор между братом и сестрой» и др.

За пять лет существования «Детского чтения для сердца и разума» было издано 20 частей. С каждым годом издание как будто стремилось стать более «взрослым». Постепенно со страниц журнала пропадают вымышленные персонажи, концепция игрового диалога также устраняется. На смену приходят материалы на серьезные философские темы, появляется жанр письмо. Семнадцатая часть издания от 1789 г. в основном состоит из заметок и репортажей, касающихся быта, культуры и обычаев других стран. В данном номере можно встретить описание Ост-Индии, «Путешествие одного ученого

к Швейцарским ледяным горам», записи очевидцев с Малабарского праздника, а также персидская повесть под названием «Благодетельность». Стоит заметить, что семнадцатый выпуск начинается занятным материалом. Это сцена богослужения в храме Аравии. Из данного отрывка читатель черпает не только описание архитектуры и местного колорита, но также получает и духовно-моральные наставления. Представленная сцена такова: отроки, мужи и старцы по очереди подходят к главному жрецу, прося, чтоб Великий дал им начать новый год. Просящие готовы преподнести богу любую жертву. В ходе беседы со жрецом выясняется, что все признают свои недостатки и отрицательные стороны, даже старцы соглашаются с тем, что они не так уж и мудры. Таким образом, Великий дарует пришедшим новый год за то, что они не зазнаются и готовы совершенствоваться. Цель Н.И. Новикова заключается в том, чтобы привить молодому поколению такие же качества через литературу.

Стоит заметить, что хотя сам Н.И. Новиков знал о проблемах страны и обличал пороки государства, в юных читателях он воспитывал «добрых граждан своего Отечества» [42, с.7]. Ранее упоминалось, что красной нитью в журнале «Детское чтение для сердца и разума» проходит мысль о слишком большой приверженности ко всему «импортному». Так, в материале «Стремление подражать иностранцам» Н.И. Новиков пишет, как часто мы презираем свой родной язык и учим только иностранный, а также едва ли знаем отечественных поэтов. Более «взрослыми» становятся и публикации на научные темы. Интересны рассуждения об анатомии и нервной системе. Заканчивается выпуск материалом «Нечто из политической арифметики», который освещает данные, сколько людей в мире умирает в год, день, час, минуту, секунду. Кроме этой информации, например, приводится статистика по рождаемости и т.д. Таким простым способом журнал «Детское чтение для сердца и разума» приучает детей интересоваться политикой, как своей страны, так и мира. Таким образом, данное издание определило

дальнейший путь развития детской прессы в России, как минимум на 100 лет вперед.

Но, несмотря на то, что последующие издатели и стремились быть верными идеям основоположника, их журналы не повторили успех «Детского чтения для сердца и разума». В.Г. Белинский спустя шестьдесят лет после выхода журнала напишет: «Бедные дети! Мы были счастливее вас! Мы имели “Детское чтение” Новикова!» [56, с.61]. Так, «Друг юношества и всяких лет» М.И. Невзорова (1807-1815 гг.) и «Новое детское чтение» С.Н. Глинки (1818-1824 гг.) вели слишком яркую дидактическую направленность, что не могло быть востребовано у юной аудитории. Но важной заслугой С.Н. Глинки стала реформация русского литературного языка. Он сделал письменную речь для детей более простой и понятной.

В 1842 г. помимо общеобразовательных детских журналов появляется первое специализированное, или как говорят сегодня, нишевое издание «Звездочка». Это был журнал для девочек, который выпускала писательница А.О. Ишимова вплоть до 1863 г. Также ей был издан журнал «Лучи» (1850-1860 гг.), который имел ту же тематику. Для полного представления о данном периоде развития истории детской прессы в работе будет представлен анализ первого номера журнала «Звездочка» за 1842 г. Выпуск начинается с материала «Праздник Рождества». Кроме описания празднования, определенных традиций и обрядов, автор сильно углубляется в религиозную тематику, рассказывая, чем мы обязаны богу за его благодеяния и как можем вознаградить его. В целом материал больше напоминает собой пособие для будущих матерей, которые смогут создать в семье уют и обучить детей первым истинам. В журнале часто встречается жанр письмо. Этот жанр служил своего рода пособием для юных девушек, которые только учились писать послания правильно, соблюдая определенную структуру. Помимо всего прочего в письмах указывались познавательные факты (например, заметки о Германии). Значительная часть «Звездочки» посвящалась литературе,

а именно стихам на русском, французском, немецком и английском языках. Они давались для того, чтобы девочки могли их выучить, но эта информация подавалась без яркого назидательного характера. Например, от имени подруги по переписке «Посылаю тебе стихи, которые французский учитель наш дал нам выучить на праздники» [22, с.16]. Несомненно, познавательные материалы о науке также присутствуют в издании (например, «Рассказы о небе и светилах его»). Но издательница заявляет, что будет говорить об астрономии просто, без ученых рассуждений, избегая сложных понятий. Она мотивирует детей заняться данной наукой, чтобы они не верили тому, кто будет говорить, что это скучно. «И так уверяю, что астрономия представляет много приятного» [22, с.37]. Также интерес для анализа представляют материалы «Визиты» (это разговор дочери с матерью о домашних обязанностях жены) и «Новые книги (советы, что следует прочесть благовоспитанной образованной девушке).

В 1860 гг. наполнение детских журналов меняется. Вследствие демократизации общества и доступности образования стали появляться статьи публицистического характера. В основном они были направлены на педагогические проблемы, связанные со становлением личности ребенка. В 1869 г. выходит еще одно издание под названием «Детское чтение» А.Н. Острогорского. Журналу удалось совместить в себе все лучшее, что печаталось в детских изданиях предыдущих лет (очерки о жизни животных и природе, различные повести и рассказы, рецензии, развивающие интеллект игры и загадки). В начале XX века появляются такие журналы, как: «Светлячок» (1902-1918 гг.), «Дело и потеха» (1905-1908 гг.), «Тропинка» (1906-1912 гг.). А журналами-долгожителями стали «Игрушечка» (1880-1912 гг.) и «Задумчивое слово» (1877-1917 гг.). Кратко подводя итоги по дореволюционному периоду развития прессы для детей (1785-1917гг.), стоит отметить, что журналы смогли перейти от абстрактных рассуждений о добре и зле, хорошем и плохом поведении к реальному отражению действительности. Издатели стремились рассказывать

об истории и политике в игровой и понятной для детей форме. Всего в период с 1785 по 1917 г. в России издавалось более 100 журналов для детей различных возрастов.

Следующим в данной работе будет рассмотрен послереволюционный период (1922-1991 гг.). Практически все журналы предыдущего периода не смогли пережить революцию. Одни издания закрывались из-за финансовых проблем, другие же были уничтожены новыми властями. В 1920 гг. советское руководство обращает пристальное внимание на детскую прессу, считая, что новые журналы должны воспитывать в подрастающем поколении будущих граждан СССР. Н.К. Крупская, организатор и главный идеолог советского образования и коммунистического воспитания молодежи, была уверена, что «В каждой исторической книжке, в каждой истории литературы отражается мировоззрение того, кто эту книгу написал. В историческую книжку, написанную буржуазным писателем, вложены мысли этого буржуазного писателя, и они влияют на того, кто эту книжку читает». В 1922 г. было основано кооперативное издательство «Молодая гвардия» при ЦК ВЛКСМ (Центральный комитет всесоюзного ленинского коммунистического союза молодежи). Здесь возникли такие журналы, как «Мурзилка», «Воробей» (а позднее «Новый Робинзон»), «Сельская молодежь», «Техника – молодежи», «Юный натуралист», «Молодая гвардия», «Вокруг света», газета «Пионерская правда».

Для полного представления о данном периоде стоит рассмотреть самый популярный на тот момент журнал «Мурзилка». Он издается и по сегодняшний день. Первый номер журнала вышел в 1924 г. Он являлся приложением к «Рабочей газете» и предназначался для детей 4-7 лет. Писатели, которые не смогли найти себя в соцреализме, теперь издавались в детской прессе. Так, А.А. Федоров-Давыдов, А.Л. Барто, С.Я. Маршак печатались в «Мурзилке». Первым главным редактором издания стал Н.И. Смирнов (оставался на должности до 1926 г.). Редактор пытался совместить в журнале

коммунистическую концепцию с развлекательными и развивающими материалами для детей. Так, в «Мурзилке» одновременно могли присутствовать рассказы о дружбе («Мурзилкины дела-делишки», выпуск №2) и пропагандирующие рассказы («Радость Карапуза», выпуск №2). В последнем рассказывается о невероятном желании малыша скорей пойти по стопам своего старшего брата Петьки и поступить в пионеры. «Не хочу быть сапожником, я буду, как Петух, пионером-ленинцем» [57, с.16]. В данном номере можно заметить большое количество стихов на тему труда (например, «Музыка труда» или «Тоже, пахарь!»). Также в некоторых выпусках в «Мурзилке» размещались как бы письма детей в редакцию. Одним из таких материалов является «Праздник детей» от некоего Володи Пикор. Мальчик рассказывает о том, как в прошлом году с удовольствием посетил сельскохозяйственную выставку, что, конечно, прививает юной аудитории определенное воспитание в рамках коммунистического строя. Если говорить об иллюстрациях, то они продолжают отражать идеологическую концепцию страны в тот период: фото с парадов, картинки работающих детей и взрослых. На обложке анализируемого номера (№2) изображен ученик у доски, надпись которой гласит: «Когда я буду большим, я тоже буду большевиком» [57, с.1].

В 1927 г. появляется журнал «Еж» (Ежемесячный журнал). Официально журнал являлся органом центрального бюро юных пионеров. «Еж» становится детским журналом, в котором появляются материалы о задачах первой пятилетки. В 1930 г. начинает издаваться «Чиж». «Чиж» был ежемесячным журналом для детей младшего возраста (5-8 лет). В данной работе будет проанализирован четвертый выпуск за 1930 г. Номер открывается материалом «Как я узнал имя Ленин». Он представляет собой рассказ монгола, путешествующего по Индии. Этот материал наглядно показывает разницу между детской прессой предыдущего и рассматриваемого периода. Несмотря на то, что повествование ведется из Индии, читатель не увидит ни самого описания страны, ни ее жителей, ни их культуры. Весь рассказ сводится

к тому, чтобы воздать В.И. Ленину почести. «Они приветствовали Ленина, пролетарского вождя, освободителя угнетенных народов всего мира» [16, с.3]. Материал также не стремиться объяснить детям, какой праздник отмечался в этот день у индусов, что поспособствовало бы расширению кругозора аудитории. Интерес представляет собой короткий рассказ «Весна». Повествуя о многонациональной России, материал учит детей тому, что все ее жители едины и равны между собой. Здесь же присутствует и интерактивный элемент. Развивая и укрепляя обратную связь с аудиторией, редакция просит ребят описать весну в их регионе. Лучшее письмо должно быть опубликовано в следующем номере. Политика журнала заключалась в том, чтобы сблизиться с детьми, стать для них важнее семьи, а затем привить идеалы и ценности издания. Важно упомянуть, что «Чиж» становится первым изданием, в котором появляются якобы жалобы детей на своих родителей. В основном в письмах ребят пишется о том, что родители не принимают новые учения, что они не правы, что нужно стремиться переубедить их. Скорее всего, такого рода письма были созданы самой редакцией. Их цель заключалось в том, чтобы поставить под угрозу авторитет родителей в глазах юной аудитории.

Посередине рассматриваемого номера находятся два больших изображения с празднованием Первомая в СССР и Германии. «У нас праздник. На заводском дворе — пионеры, рабочие, красноармейцы» [16, с.12]. Картинка яркая, на ней присутствуют красные, зеленые, оранжевые цвета. Первомай в Германии изображен с помощью мрачных оттенков черного и серого. «А в Германии запрещено праздновать Первое Мая. Хозяин завода узнал, что рабочие устроили на дворе собрание, позвонил по телефону и вот полиция окружает завод. Едет броневик. У полицейских в руках револьверы» [16, с.13]. Так, в детях воспитывались нужные государству принципы и стереотипы. Как и журнал «Еж», «Чиж» продолжает идею заметок, информирующих о строительстве по стране важных объектов. Материалы «Днепрострой»

и «Турксиб» кратко рассказывают детям о предназначении данных построек. Также выражается благодарность рабочим, которые окончили работы на год раньше, что, конечно, приучает юную аудиторию к трудолюбию. Так, детская пресса данного периода лишь по форме напоминала дореволюционные журналы. Фактическое содержание было направлено на пропаганду социалистического строя и его идеологии.

В конце XX-начале XXI века детские журналы стали решительно меняться. Анализируя современную детскую прессу для детей, можно сделать выводы, что изменения произошли в худшую сторону. Несмотря на то, что детская пресса в период СССР имела идеологический характер, развивающие материалы также присутствовали в изданиях. Сегодня познавательная детская пресса практически прекратила свое существование или сохранилась только в формате «для самых маленьких», который рассчитан на возраст 6-10 лет. Так, журнал «Мурзилка» действительно по-прежнему наполнен литературой: научно-фантастические материалы, рассказы, сказки и даже детективные истории. Для общего развития ребенка в журнале представлены игры, рубрики, посвященные искусству или, например, истории России и др. Также в «Мурзилке» присутствует достаточно много информационных материалов для родителей и педагогов. Журнал также называет себя «дополнением к учебникам по литературе и не только» (углубленное изучение русского языка, природоведения, физкультуры, изобразительного искусства и т.д.). В 2005 г. в сети Интернет появилась электронная версия издания «Мурзилка». Несмотря на то, что онлайн-версия журнала не позволяет читать основную часть материалов, так как есть платная подписка на печатное издание, периодически на сайте размещаются познавательные материалы в разделе «Новости». Например, материал от 17 февраля 2021 г. «День северного оленя», который знакомит аудиторию с особенностями животного, или «Всемирный день писателя» от 3 марта 2021 г. Также для повышения активности на сайте «Мурзилка» проводит розыгрыши

на печатную подписку и различные конкурсы («Стихотворение для Деда Мороза»). Стоит отметить, что младшую аудиторию привлекает и сам персонаж Мурзилка, придуманный в 1937 г. Герой сопровождает все выпуски и материалы издания (репортаж «Мурзилка и аэроэкспресс»).

С журналом «Юный натуралист» до сих пор сотрудничают ученые, космонавты, академики, педагоги и известные личности (появился в 1928 г.). «Юный натуралист» — это нишевое издание, темой которого является природа. Журнал также сохранил свою особенность — рубрику «Заповедными тропами», в которой редакторами описываются их собственные путешествия. Обратная связь в «Юном натуралисте» поддерживается через рубрику «Почемучка», куда дети могут посылать свои вопросы.

Также на рынке детской прессы на сегодняшний день присутствуют такие издания, как: «ГЕОленок», «Классный журнал», «Квантик», «Читайка», литературный журнал «Лучик» и альманах «Лазурь». Журнал «Клепа» для самых маленьких (возраст «4+») интересен тем, что реальные «взрослые» новости в нем обыгрываются специально для детей, текст разбивается на маленькие удобные для понимания абзацы, добавляются яркие фото и интригующий заголовок («Робот-полицейский в Дубае», «Хлеб в космосе», «Кулинарная книга от нейросети»). Пресса для старшего возраста (10-15 лет) представлена, например, журналом «Юный эрудит». «Юный эрудит» позиционирует себя, как издание для любознательных детей, которым интересно все и сразу. В каждом номере журнал предлагает ребятам провести физический или химический эксперимент в домашних условиях, решить математическую задачу, разгадать ребус и т.д. Современная версия «Детского чтения для сердца и разума» представляет собой литературный журнал, не затрагивающий другие сферы жизни в отличие от оригинала Н.И. Новикова. Но все же издание стремится «привить детям любовь к чтению, помочь сформироваться их художественному вкусу, научить их думать и правильно выражать свои мысли» [44].

Как серьезные качественные Интернет-СМИ для детей старшего возраста можно отметить «Kostyor.ru» и «Пионерку.Ру». «Kostyor.ru» включает в себя рассказы, сказки, поэзию, биографии различных писателей, материалы о природе, анекдоты и т.д. Публикуется много исторических текстов (например, о реформах Петра I или ботаническом саду Санкт-Петербурга в годы ВОВ). Информационный портал «Пионерку.Ру» призывает свою аудиторию не только читать, но и писать собственные материалы. Также на сайте представлены темы, которые всегда являются актуальными для редакции (например, «Однажды на уроке», «Есть ли жизнь после школы?», «Олимпиадник» и др.). Основными рубриками издания являются: спорт, Отечество, благотворительные акции и, конечно, личные успехи читателей в различных областях жизни. Интерес представляет собой раздел «Пионерский дневник», в котором собраны и исторические справки, и рассказы, посвященные сегодняшним реалиям. Так, материал «Фашизм надевает разные маски» призывает аудиторию вспомнить о фашизме и его формах проявления в современном мире, а также затрагивает тему существования героя-антифашиста.

Отдельное внимание стоит обратить на региональные и местные СМИ для детей: «Сами» (детско-юношеская газета в Алтайском крае, Барнаул), «Сверхновая эра» (Екатеринбург), «Вот это да!» (Иркутск), «Тюменские непоседы» (Тюмень), «Сибирячок» (Иркутск) и др. В основном издания такого рода целиком или почти целиком создаются усилиями подростков и продолжают существовать только благодаря их любви к своему делу. Хорошо, если такую инициативу поддерживает государство. Так, литературно-художественный журнал «Сибирячок» выходит при поддержке Министерства культуры и архивов Иркутской области.

К сожалению, отечественный производитель ограничивается выпуском перечисленных изданий. Больше место на рынке занимают франшизы известных зарубежных журналов: «Elle Girl», «Oops», «Yes!» и др. Основными

темами данных изданий являются: мода, красота и жизнь знаменитостей. Журналы подкупают свою подрастающую аудиторию откровенными темами о сексуальных отношениях и различными тестами на совместимость с партнером. Так, в журнале «Elle Girl», ориентированном на девочек-подростков, можно увидеть такие материалы, как «Помада на все лицо: смелый бьюти-тренд из Тик Тока», «Нелюбовь: 7 признаков того, что ты разлюбила своего парня», «Тимати отдыхает на Мальдивах с одной из участниц шоу “Холостяк”», «Интимный пирсинг: все, что тебе нужно знать заранее» и т.д. Такие «кричащие» заголовки и тексты не имеют ничего общего с идеями Н.И. Новикова, который, создавая первый журнал для детей и подростков, мечтал воспитывать в юной аудитории определенные нормы морали. В свою очередь «Elle Girl», идя на поводу у общества и следуя только последним трендам, даже создал раздел «Корея». В нем собраны материалы о популярном корейском «бой-бенде» под названием «BTS», различных «фэшн-трендах» в стиле «к-поп» и т.д.

Таким образом, детско-подростковая пресса в России прошла путь от журналов, которые, прежде всего, воспитывали в юных читателях человека и гражданина до современных изданий, большинство из которых не боится разговаривать на откровенные темы, но со своей первоначальной целью уже не справляется. Истинная «цель современной детской качественной журналистики — научить ставить задачи, искать ответы, понимать, чувствовать» [26]. Именно к таким достижениям стремятся некоторые современные детские СМИ, которые были упомянуты выше, но, к сожалению, данное число качественных изданий слишком мало для многомиллионной страны. Каждый этап развития детских СМИ в России сопровождался определенными трудностями, связанными с особенностями исторической эпохи. Так, на данный момент в российской прессе наблюдается нехватка образовательной и развивающей детской прессы для разных возрастных групп.

1.2. История развития и специфика отечественного радиовещания для детей

Первыми начали системное радиовещание в России московские радиостанции имени А.С. Попова (12 октября 1924 г.) и Коминтерна (23 ноября 1924 г.). Именно в 1920 гг. складываются основные жанры отечественного радиовещания, в дальнейшем определившие его историю развития. Так, появляются радиорепортажи, радиобеседы, комментарии. Зарождается радиовещание для детей. Период становления можно также разделить на некоторые отрезки времени, каждый из которых имеет свои отличия.

Во-первых, для рассмотрения и анализа будет взят период с 1925 по 1928 г. Данный отрезок времени характеризуется поиском методов воздействия на детскую аудиторию. Дифференциация детских программ по возрастным группам стала первым шагом на пути к качественному радиовещанию для детей. Изначально были созданы радиопередачи для младших возрастов, а с набранным опытом появился контент и для старших. В апреле 1925 г. при культотделе акционерного общества «Радиопередача» были организованы радиожурналы: «Радиооктябренок» (для младших школьников) и «Радиопионер» (для средних школьников). Последний вскоре был переименован во всесоюзную ежедневную радиогазету для пионеров и школьников «Пионерская правда». Программы передавались по четырем каналам Центрального радиовещания, а именно на центральные районы страны, Дальний Восток, Восточную и Западную Сибирь. Ежедневный объем детского вещания того периода составлял всего 30 минут. Каждая программа выходила три раза в неделю.

Стоит заметить, что ранние передачи отличаются безэмоциональной четкой текста, скудным количеством представленных звуков и эффектов, в полной мере не передающих действительность. «Радиооктябренок» и «Радиопионер» в основном были представлены развлекательным контентом:

стихи, рассказы, литературные зарисовки и очерки, написанные по реальным сюжетам из жизни. Несмотря на то, что пока радиальные работники не имели достаточного опыта, они смогли добиться главной цели — установить обратную связь с аудиторией. В ходе завязавшейся дружеской переписки удалось больше узнать о предпочтениях и интересах самих ребят. «Мы получаем их письма, да еще такие дружеские, точно мы долго играли вместе, а не то что по радио познакомились» — говорила радиоведущая того периода Н. Сац. В 1928 г. появляется жанр радиогазеты («Пионерская правда»), выпуски передач становятся более оперативными и информативными. У радиостудий появились корреспонденты в школах и пионерских отрядах (деткоры). Они дополняли радиопередачи своими заметками, что сделало вещание «живыми». Нередко деткоры приглашались и в редакцию в роли дикторов. Так, в радиогазете «Пионерская правда» появился специальный раздел «Голоса деткоров».

Музыкальные концерты и театральные постановки на радио также начали зарождаться в период становления детского вещания. «В программу концертов (с весны 1925 г.) включались революционные, пионерские песни, марши, танцевальная музыка» [62, с.96]. Первая детская музыкальная радиопостановка «Пионеры в городе» была поставлена 28 ноября 1928 г. Рассказывая о жизни истинных пионеров, радио прививало молодому поколению коммунистическое воспитание, что являлось хорошим способом пропаганды. С дальнейшим развитием радио стало привлекать к сотрудничеству известных писателей (например, С.Я. Маршак), включать произведения знаменитых музыкантов (П.И. Чайковский, М.И. Глинка, И.С. Бах, В.А. Моцарт). В 1928 г. музыкальные концерты объединились рубрикой «Час музыкальной культуры для детей». Появилась радиопрограмма «Культурное наследие — детям».

Следующий для рассмотрения период — это отрезок времени с 1928 по 1932 г. В это время мощность советских радиовещательных станций увеличилось в 8 раз. Теперь детскому вещанию отводилось уже полтора часа

в сутки. Дифференциация передач по тематике и возрастным группам продолжилась, также возникли новые формы вещания. В 1929 г. появились знаковые для данного периода радиопрограммы «Час пионера и школьника» и «Час октябрёнка». Они объединяли в себе большое количество разнообразных тем от сельского хозяйства и природы до литературы и физики, чем выгодно отличались от предыдущих программ. Так, универсальность программ стала одной из характерных черт данного периода. Правда, впоследствии, оказалось, что такой поток информации не усваивается младшей аудиторией (дошкольники и начальные классы). Поэтому для них были разработаны передачи в игровой форме, что стало другой узнаваемой чертой 1928-1932 гг.

Радиожурнал «Малыш» (1932 г.) стал первой программой, в которой применился игровой принцип. Передача делала акцент не только на развитие и воспитание своей аудитории, но и привлекала развлекательным/игровым контентом, который был представлен в уникальной рубрике «Петрушкина почта». Также редакцией «Малыша» было принято решение впервые провести анализ писем, которые поступали в радиостудию. Цель — определить тип передачи, который был наиболее привлекателен для детей дошкольного возраста. «В феврале 1932 г. от юных слушателей было получено 500 писем, из которых 71,5% получила “Петрушкина почта”, сказки – 19%, выступления К.И. Чуковского – 12,4%, “Считалочка” – 3,1%» [62, с.100]. Успешность игровой формы радиопередач была доказана.

Ранее упомянутые эфиры от деткоргов также начали набирать особую популярность. Развитие этого направления переросло во внестудийные эфиры. «С помощью “Часа пионера и школьника” регулярно устраивались радиоэкскурсии в парки и музеи, в зоопарк и планетарий. В передачах зазвучали голоса ребят, их живые рассказы об учебе и досуге» [62, с.98]. В декабре 1931 г. первый такой репортаж прозвучал по «Радиооктябрёнку». Он был передан из школы при московской фабрике и назывался

«Трехгорная мануфактура». Если говорить, о музыкальных концертах и театральных постановках на радио, то знаменитые писатели и поэты (А.Н. Толстой, В.В. Бианки, К.И. Чуковский, В.В. Маяковский), а также лучшие музыканты и композиторы продолжали поддерживать детское советское вещание своими произведениями. Так, С.Я. Маршак специально для «Радиооктябренка» написал знаменитого «Мистера Твистера». Сюжет произведения знакомит детей с американским банкиром мистером Твистером. Он является «владельцем заводов, газет, пароходов». В дальнейшем эта фраза станет крылатой. Вместе со своей семьей герой отправляется в Ленинград, предварительно позаботившись о том, чтобы на борту корабля и в гостинице не было «негров, малайцев и прочего сброда». К удивлению мистера Твистера, он встречает на своем этаже в гостинице чернокожего постояльца. Герой оказывается расистом и предпочитает спать в холле, чем рядом с «цветным». Безусловно, данное произведение имело воспитательный и идеологический характер. Оно учит детей равенству всех народов вне зависимости от цвета кожи. Но стоит сказать, что в поэме присутствуют и стереотипы, которые также прививаются юной аудитории. Так, расистом оказывается именно американец, а государством, которое относится ко всем на равных, является СССР. Поэма «Мистер Твистер» как будто говорит: они плохие, а мы хорошие, не давая альтернативы. Тем не менее, в итоге герой переживает своего рода катарсис, он переосмысляет свои жизненные установки и селится на одном этаже с теми, кого ранее презирал.

Третий период, который можно выделить в становлении детского отечественного радиовещания, длится с 1932 по 1941 г. Объем детского вещаний в общей сетке передач вновь увеличивается и составляет уже три часа в сутки. Снова появляются новые формы и жанры радиопередач: радиоперекличка, всесоюзное радиособрание, прямые радиорепортажи со строек и т.д. Радиоперекличка является главным жанром, знаменующим этот отрезок времени. «Первая всесоюзная радиоперекличка

(18 сентября 1933 г.) проходила по принципу двусторонней связи со слушателями и носила характер непосредственной живой беседы. Ее целью были выяснение готовности школ к новому учебному году, проверка организации учебы, труда и отдыха пионеров» [62, с.101]. Позже радиогазета «Пионерская правда по радио» сделает данную рубрику не только постоянной, но и основной. Так, появляется специальный популярный раздел «Переключка друзей». Таким образом, радиовещание выполняло свою организаторскую функцию.

В 1932 г. основную форму вещания (радиогазеты) попытались заменить исключительно информационными жанрами. Но такая тенденция не взыскала одобрения у аудитории. Например, в «Пионерской правде по радио» новая форма вещания просуществовала всего пару месяцев (с сентября по ноябрь 1932 г.). Тогда прежний формат вновь занял свое место. Так, радиогазета «Пионерская правда на радио» (в дальнейшем «Пионерская зорька») сохранит данный жанр до 1991 г. В 1933 г. в большом количестве начинают появляться рубриковые/тематические радиопрограммы, что можно считать отличием данного периода. Например, передача «Клуб любопытных ребят» давала дополнительные знания по многим школьным предметам и помогала ребятам с учебой (игровая форма также присутствовала). Такой формат радиоклуба также был введен впервые. Он представлял собой собрания постоянных персонажей (школьников) в режиме реального времени. Качественные передачи появлялись одна за другой. «Пионерский костер» рассказывал о жизни детей нашей страны, делился актуальными новостями. В программе «Радиочитальня для ребят» разбирались образцы лучших отечественных и зарубежных произведений литературы. Программы «Музыка — детям» или «Эстрада — детям» несли в себе более развлекательный характер. В последней были собраны выступления актеров детских театров и различных коллективов, которые занимались художественной самодеятельностью. Но самым заметным шагом в эволюции отечественного

радиовещания стало создание радиогазеты «Пионерская зорька» в октябре 1934 г. Данная программа продолжила свое существование даже после Великой Отечественной войны и была закрыта только с распадом Советского Союза.

В годы Великой Отечественной войны радио продолжало свою непрерывную работу. Конечно, детские передачи были приостановлены, но помимо информации от ТАСС и обзора газет в эфир также выходили «Письма на фронт», «Письма с фронта», «Последние известия».

Уже после окончания ВОВ в 1948 г. Всесоюзное радио перешло на трёхпрограммное вещание. Общий объём передач составлял 45 часов в сутки, что, безусловно, является хорошим показателем для страны, которая недавно оправилась от военных действий. В 1956 г. была создана Главная редакция пропаганды Всесоюзного радио, в которой появился отдел вещания для молодёжи. Основной программой отдела стала радиогазета «Говорит комсомолия», появившаяся в 1959 г. Она посвящалась «тем, кто не мыслит своей жизни вдали от самых горячих, самых важных для Родины дел» [25]. В октябре 1960 г. был сделан еще один важный шаг в развитии отечественного радиовещания, а именно Всесоюзное радио стало круглосуточным. В 1961 г. объём вещания составлял уже 78 часов в сутки. Детское вещание и вещание для молодежи также продолжило свое прежнее развитие. Как и в довоенные годы, оно подвергалось тотальному контролю со стороны государства и носило идеологический характер, но интерес к данному направлению продолжал расти. В подтверждение этому можно привести историю появления радиостанции «Юность» со слов одной из ее ведущих А.А. Музыря. Изначально она работала корреспондентом, а затем старшим редактором. А.А. Музыря — одна из тех, кто наблюдал становление радиостанции «Юность» и знает, с каким трепетом создавались первые передачи. «Не имело никакого значения, на какой должности ты работаешь, главное — как ты работаешь» — поясняла ведущая [25].

Первая передача «Юности» вышла в 1962 г. До этого момента вся редакция (13 журналистов) работала над одним выпуском на протяжении четырех месяцев. Было создано более 30 пилотных программ, из которых для запуска новой радиостанции была выбрана только одна. Первая программа началась с мелодии композитора А.Н. Пахмутовой «Песни о тревожной молодости». Пробразом «Юности» стала радиопрограмма «Говорит комсомолия», поэтому пропагандируемые идеи станции в основном также были направлены на патриотизм. В пилотном выпуске со схожими идеями выступал поэт Е.А. Евтушенко, воодушевленно читая свои произведения, и простой строитель, который рассказывал о своей бригаде и работе в целом, что рождало в юной аудитории чувство долга перед своей страной, а также любви к Родине. Основным жанром «Юности» стало интервью. Корреспонденты стремились добыть уникальный материал из самых труднодоступных мест. Кому-то приходилось брать интервью на перевале в горах Киргизии или собирать информацию для передачи о рабочих-нефтяниках и газовиках в Сибири. А.А. Музыря ездила с рабочей командировкой на Всемирный фестиваль молодежи и студентов, который проходил в Финляндии. Во время эфиров ведущие призывали наполнять передачи «Юности» вместе и присылать в реакцию любые интересные темы для дискуссий, название книг, которые можно было бы обсудить в передаче, имена людей, у которых можно взять интервью. Несмотря на то, что радиостанция «Юность» была рассчитана на более взрослую аудиторию (старшеклассники и студенты), дети всех возрастов вдохновлялись достижениями интервьюируемых на программах личностей и стремились в будущем принести такую же пользу своей Родине.

Также наиболее популярны в то время были программы: «Пионерская зорька», общественно-политический радиожурнал «Ровесники», «Угадай-ка», «Клуб знаменитых капитанов». Для более глубокого анализа рассмотрим выпуск «Пионерской зорьки» 1970 г. Приветный марш сразу заставляет прислушаться к начинающейся передаче. После его окончания громкими детскими голосами

звучит девиз: «Здравствуйте, ребята! Слушайте “Пионерскую Зорьку”», что является явным призывом. В первой части программы рассказывается о пионерской дружине имени А.М. Серебрякова (герой СССР, участвовал в советско-финской и Великой Отечественной войнах). Отвечая на вопросы ведущей, дети рассказывают, как ездили в зимние каникулы на родину героя, а также о том, как чтят его память. Далее «Пионерская Зорька» представляет своим слушателям фельетон Ю.И. Ермолаева «О том, как отличник Боря контрольную не написал». Стоит отметить, что контрольная работа в произведении позиционируется как праздник: учительница надевает новое платье и делает прическу. Таким образом, оба сюжета воспитывают в подрастающем поколении уважение, трудолюбие и другие высокоморальные качества. Также огромное внимание радиовещание для детей уделяло занятиям спортом и его пропаганде. В данный период представления о советском человеке включали в себя всестороннюю развитость, в том числе и физических качеств. Именно поэтому каждое утро «Пионерская Зорька» транслировала зарядку в течение 15 минут. Мастер спорта Г.Ф. Дьякова составляла комплексы гимнастических упражнений, а Н.Л. Гордеев, преподаватель физической культуры и методист, вел радиоэфир. В дальнейшем его сменил диктор Всесоюзного радио Владимир Костылев.

Так, государство стремилось создать идеальных граждан с определенными качествами. Именно этой цели служило и радиовещание для детей. Но с 1985 г. курс резко поменялся. Финансирование было уменьшено, эфиры стали наполняться зарубежной продукцией, общий интерес власти к развитию радио для детей значительно снизился. После распада СССР все рассматриваемые передачи прекратили свое существование, детское отечественное радиовещание не смогло восстановить свои высокие рейтинги. В данный момент радиовещание для детей начинает наращивать свои обороты, частные проекты создают качественный образовательный контент, идею воспитания с помощью радио и других СМИ поддерживают школы, досуговые

лагеря, центры дополнительного образования. Но все же данная отрасль продолжает нуждаться в большой поддержке государства. Положение детского радиовещания на сегодняшний момент и его перспективы будут рассмотрены в последующих главах данной работы.

1.3. История развития и специфика отечественного телевидения для детей

Относительно радиовещания детское телевидение начало формироваться несколькими годами позднее. Многие уже проверенные принципы теперь были перенесены и в данную сферу, поэтому история развития детской радио- и тележурналистики в России имеет общий характер. Первые пробные детские передачи начали создаваться Ленинградским телецентром в 1938-1939 гг. Первой передачей считается программа «С новым годом!». Дети Советского Союза смогли увидеть ее на экранах 2 января 1939 г. В довоенные годы успели появиться такие телепередачи, как «Телевизор», «Веселая эстрада», «Путешествие доктора Бабера». Эти программы были построены по образцу успешных радиопередач. «Телевизор» выпускался в формате тележурнала, содержал в себе не только игровые, но и документальные фрагменты (вышло только три выпуска). «Веселая эстрада» по примеру развлекательных программ на радио объединяла в себе выступления известных личностей (актеры, писатели, музыканты) и различных кружков художественной самодеятельности. Также были предприняты попытки первых трансляций балетных («Худо береженная дочь») и оперных постановок («Зайкин дом»). В данный период телевидение для детей только начало определять путь, по которому будет происходить его дальнейшее развитие.

Несмотря на тяжелые военные времена, которые пришлось пережить стране в 1941-1945 гг., в конце 1940 гг. детское телевидение вновь продолжило свое развитие. В его истории также выделяется несколько этапов. Отрезок времени с 1950 по 1960 г. считается экспериментальным периодом. Повторяя

первые шаги детского радиовещания, телевидение начинает свой путь с дифференциации программ по возрастным группам и тематикам. Основной функцией также становится воспитание подрастающего поколения. Большое внимание уделялось передачам, которые развивали в детях творческие способности и интеллект. Они проводились в игровом формате для того, чтобы привлекать и удерживать внимание детей на протяжении всей передачи. Недостатком данного временного отрезка можно назвать отсутствие систематического выпуска передач. Единственной программой, выходившей на тот момент с систематической периодичностью, стал тележурнал «Юный пионер» (1951г.). Наладить периодичность выхода программ помогло создание в 1955 г. Главной редакции телевизионных программ для детей и юношества.

Этот важный шаг повлиял на стабильность детского радиовещания. Его объемы были увеличены, прирост постоянной аудитории также был заметен. «Юный пионер» выходил один раз в месяц. Передача представляла собой разнообразие тем: от спорта до учебы. Опыт радиовещания показал, что для дальнейшего развития телевидению необходимо наладить общение со своей аудиторией, то есть установить обратную связь с детьми. В «Юном пионере» для реализации этой цели были придуманы специальные домашние задания по разным школьным предметам. Детям предлагалось выполнить задание, а затем прислать в редакцию его решение или ответ. В данном периоде также стоит выделить телепрограмму «Умелые руки» (конец 1951 г.). Ее выход ознаменовал важный шаг в эволюции детского отечественного телевидения. Передача «Умелые руки», выходившая один раз в месяц, была основана на совместном творчестве. Изначально она была рассчитана на младшую аудиторию, но вскоре стало понятно, что формат программы интересен даже взрослым. Так, в 1970 гг. на один из выпусков были приглашены молодые люди (примерно 20-25 лет), которые начинали смотреть «Умелые руки», будучи детьми. В.М. Леонтьева, а затем Т.А. Грушина стали первыми ведущими

данного проекта. Концепция программы заключалась в том, что ведущая показывала новые техники работы с тем или иным материалом, а ребята у своих телеэкранов, а иногда и в студии, повторяли увиденное или создавали что-то совершенно новое. В дальнейшем для привлечения внимания детей в передаче стали использоваться куклы (Наташа, Буратино и др.). Позже эта задумка будет воплощена в знаменитой программе «Спокойной ночи, малыши» и станет ее главной особенностью. Также редакция «Умелых рук» начинает обыгрывать в выпусках сюжеты сказок. Программы становятся продолжением друг друга и объединяются в одну историю.

Период, выделяемый с 1960 по 1970 г., стал ключевым в формировании детского телевидения в России. «Детское вещание в 1960 гг. прошло под знаком постановлений ЦК КПСС. К основным задачам было отнесено вещание всеми телевизионными студиями программ для детей продолжительностью не менее одного часа в день. Особое внимание в детских программах рекомендовалось уделять развитию “трудовых навыков, инициативы и самостоятельности”, вовлечению детей “в разнообразные общественно полезные дела”» [8]. Безусловно, у данного периода есть как плюсы, так и минусы. За данный период существенно расширилась тематика детских телепрограмм и увеличилась финансовая поддержка от государства, что является неоспоримым достижением. К минусам можно отнести уже упомянутую ранее излишнюю советскую пропаганду, которая не всегда действовала в интересах детской аудитории. В 1966 г. выходит в эфир еженедельная программа «ТАП» — «Телевизионное агентство “Пионерия”». Программа транслировала короткие репортажи, повествующие о деятельности пионеров Советского Союза и не только. Так, в одну передачу могли входить такие сюжеты, как: сбор пионеров Армении, посвященный борьбе за мир; возвращение на Родину спасенных от фашистского террора китайских пионеров из интернационального детского дома; путешествие пионеров из Туркмении по родному краю и т.д. Практически каждый сюжет внушает

аудитории чувство любви к коммунизму и советскому строю. Например, в сюжете про китайских пионеров из детского дома, упоминается, что теперь они будут всю жизнь благодарны Советскому Союзу и его людям. Стоит отметить, что помимо пионерской тематики телевидение уделяло большое внимание спорту («Школа начинающего спортсмена»), воспитанию патриотизма («10 добрых дел» и «Поиск неизвестных героев»), творчеству («Холст» и «Радуга»), а также музыке («Жаворонок»).

Знаковой программой рассматриваемого периода стала телепередача «Спокойной ночи, малыши!». Она была выпущена в 1964 г. и существует по сегодняшний день, считается передачей-рекордсменом по продолжительности существования и популярности у детской аудитории. Первые выпуски выходили только в прямом эфире и в дневное время. Изначально программа «Спокойной ночи, малыши» сильно отличалась от современной версии. Выпуски представляли собой сменяющие друг друга черно-белые картинки, которые озвучивали актеры, читая в эфире сказки. Затем в передаче стали появляться куклы. В кукольных спектаклях участие принимали: Буратино, заяц Тепа, Шустрик, Мямлик, пес Кузя и дедушка Тап-Тап. Далее для примера в курсовой работе будет рассмотрен один из выпусков 1964 г. В передаче активно поддерживается диалог со зрителем. В начале выпуска дедушка Тап-Тап здоровается с детьми и говорит, что «очень рад побеседовать вновь». Стоит отметить интересный зачин перед самой сказкой. Рассказчик обращает внимание на огонь в камине и говорит, что его пламя похоже на воду. Таким образом, герой перемещает зрителя на озеро Байкал. В данной программе сказка сочетается с познавательными фактами. Так, ведущий в игровом формате повествует зрителю о национальности, которая проживает на территории Байкала, сообщает, в чем живут эти люди и чем занимаются. В сказке присутствует мораль — сила человека в его разуме. Иногда в передачу приглашались дети (4-6 лет) и популярные актеры театра. Последние читали

ребятам сказки, а также давали жизненные советы, посвященные различным сферам жизни. В 1968 г. в программе появилась новая кукла — пес Филя. Еще через несколько лет были созданы: Хрюша (1971 г.), Степашка (1974 г.), Каркуша (1982 г.). Так, в одном из выпусков 1977 г. Хрюша и Степашка учатся дружбе и взаимопомощи. Эти герои принесли передаче небывалый успех и стали ее маскотами (персонажи-талисманы). Программа «Спокойной ночи, малыши!» создавала не только развлекательный, но и образовательно-воспитательный контент.

Отрезок времени с начала 1970 гг. до середины 1980 гг. считается периодом рассвета и небывалого подъема. В 1967 г. был открыт московский телецентр «Останкино», что способствовало появлению еще ряда передач для детей и подростков. Государство также было заинтересовано в продвижении детского отечественного телевидения, вследствие чего финансирование и объемы вещания вновь были увеличены. «Программы для младшей возрастной группы были представлены в виде бесед, иллюстрированных выступлений, телепостановок, зарисовок. Для подростков выходили телевизионные журналы, популярные викторины, олимпиады» [8]. В рассматриваемый период появляются такие известные передачи, как «В гостях у сказки», «Будильник», «АБВГДейка». В последней герои программы, оказывающиеся в различных ситуациях, в игровой форме изучали звуки, буквы, слоги и т.д. Внимание литературе уделялось в программах «Читай-город» и «Стихи — детям», а творчеству в «Выставке Буратино» и «В каждом рисунке солнце». Разнообразие передач позволяло охватывать аудиторию от 3 до 15 лет. Несмотря на то, что идеологические программы («Маршрутами юных», «Костер», «Мы здесь живем», «Священные места нашей Родины») имели большое влияние, значительное внимание уделялось качественному образовательному контенту. Отечественное детское телевидение представляло собой разнообразную сетку передач, которая теперь

делилась на блоки: утренний, дневной и вечерний. Также различалось вещание в будние, выходные и праздничные дни.

Времена подъема детского телевидения в СССР закончились с началом «перестройки» (1985-1991 гг.). У государства была новая цель, вследствие чего интерес к данной сфере значительно снизился, резко уменьшилось финансирование детских программ. Наибольшему сокращению передач подверглись те, которые были ориентированы на дошкольников и учеников младших классов. Рассматриваемый процесс преподносился как борьба с чрезмерным пребыванием детской аудитории у телеэкранов. Несмотря на это, в данный временной отрезок было создано несколько качественных проектов. В 1983 г. появляется программа «До 16 и старше», а также передача «Марафон-15». Эти проекты существенно отличались от своих предшественников. Они были ориентированы на старших школьников и рассматривали достаточно серьезные темы, связанные с жизнью современной молодежи. Например, одна из передач 1985 г. раскрывала проблему самооценки личности, а также обсуждала с молодёжью жизнь за школьным порогом. Один из выпусков 1988 г. был посвящен проблеме школьного образования, а другой преступлениям (убийствам), происходящим в Советском Союзе. Так, на телевидении СССР появились ранее табуированные темы (например, проблема пьянства, наркомании, дедовщины в армии и т.д.). Стоит сказать, что анализ данного периода не будет полноценным без упоминания имени телеведущего С.Е. Супонева. Именно он занимался подготовкой сюжетов для программы «До 16 и старше» и созданием сценария для «Марафон-15». В 1993 г. С.Е. Супонев стал ведущим, а позже автором и руководителем передачи «Звездный час». Данный проект представлял собой интеллектуальную игру для старших школьников (8-10 класс) и их родителей, где они отвечают на вопросы из различных областей. Для младших школьников в 1993 г. была выпущена программа «Зов джунглей», которая являлась аналогом «Веселых стартов». Проект основывался на соревновании двух команд в играх,

ориентированных на развитие физических качеств у детей. Программа получила такое признание в народе, что в 1999 г. С.Е. Супонев получил за нее премию «ТЭФИ». И наконец, с развитием компьютерной техники в 1994 г. в эфир выходит передача «Денди — новая реальность». Будучи как автором, так и ведущим, С.Е. Супонев доступным языком рассказывал подросткам о новых играх для компьютеров и приставок. Учитывая, что в тот период компьютер все же не являлся общедоступной вещью, а скорее был эксклюзивом, программа имела большой успех.

«Последние годы существования детского телевидения советского периода можно охарактеризовать как период кризиса, обусловленный снижением внимания государства и общества к детству, и, соответственно, детскому вещанию» [8]. Таким образом, на рынок отечественного телевидения стала поступать зарубежная продукция, которая быстро привлекла внимания детской и подростковой аудитории. Прежде всего, такой контент был представлен анимационными сериалами. Стоит отметить, что анимация стала характерным отличием данного периода. Отечественная передача «Позвоните Кузе», появившаяся в 1998 г., впервые начала использовать компьютерные технологии и формат компьютерной игры. С распадом Советского Союза зарубежные инновации все больше стали заимствоваться Россией. Так, производство действительно качественного образовательного контента для детей упало. На сегодня высокие рейтинги занимают только развлекательные проекты, что является серьезной проблемой для детской отечественной журналистики.

ГЛАВА. 2. КУЛЬТУРОФОРМИРУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

2.1. Образовательный потенциал

Безусловно, для полного представления о положении детских СМИ в России на сегодняшний день в данной работе необходимо проанализировать современное радио- и телевидение для рассматриваемой аудитории. К сожалению, как и периодика, детские радио- и телепрограммы подвержены переизбытку материалов на развлекательные темы. Также наблюдается заполнение рынка зарубежной продукцией (франшизами) и малая поддержка со стороны государства, а как итог проблема отсутствия качественных образовательных радио- и телепередач.

Если говорить о радиостанциях, вещающих на радиоволнах, то на сегодняшний день существует только один проект под названием «Детское радио». Радиостанция была создана основателем холдинга «Газпром-медиа» в 2007 г. С 2016 г. находится под управлением российского радиохолдинга «ГПМ Радио». «Детское радио» позиционирует себя, как «первая и единственная в России радиостанция, ориентированная на детскую аудиторию». Изучив сетку передач рассматриваемого проекта, стоит сказать, что «Детское радио» не предназначено для подростков, а вещает только на аудиторию примерно до 10 лет. Акцент делается на развлекательные (например, «Ярмарка талантов» или «Веселые звоночки») и музыкальные программы (например, «Мультконцерт» или «Музыкальный привет»). Также внимание уделяется сказкам, которыми заполняется практически все основное время эфира. За 11 апреля 2021 г. познавательная передача с образовательным уклоном вышла в эфир только один раз («Книжкин дом»). На официальном сайте «Детское радио» пытается восполнить нехватку информационного контента, который отсутствует в сетке вещания. Но то, что должно быть направлено на образование детей сводится

либо к спонсорским материалам, посвященным «Газпром»-Академии «Зенит», либо снова уходит в развлекательную тематику («Чем заняться после школы? Подскажет канал “Disney”», «Иван Star — живой концерт на “Детском радио”»).

Другие популярные радиостанции для детей в России также существуют, но остальные проекты ведут свое вещание только в сети Интернет. Например, проект «ТМ-радио», который был создан в 2015 г., заявляет, что «работает по-взрослому». Радио ставит перед собой задачу вещать об актуальном, полезном и интересном. Помимо контента, посвященного популярной музыке и современным модным артистам, «ТМ-радио» углубляется в тему времяпровождения детей вне школы. Программы «ТМ-Репортер» или «Семейная Афиша ТМ» направляют детей не играть в компьютер в свободное время, а посещать всевозможные культурные мероприятия и развивать свой кругозор. Так как проект рассчитан больше на подростков (12-16 лет), чем на детей, появляются темы спорта, фильмов и психологии. Передача «ТМ-контакт» помогает ребятам бороться со своими страхами. В ней появляются такие темы, как «Страх остаться одному» или «Боязнь фильмов ужасов».

Также шагом к действительно образовательному контенту стали программы «О.Б.Ж» и «Большая перемена». «О.Б.Ж» рассматривает такие темы, как: ПДД, опасность купания в непроверенных местах, обозначения дорожных знаков и т.д. Программа практически заменяет школьный предмет с одноименным названием и действительно дает жизненно-необходимые знания тем, кто не усвоил материал с уроков. Отличием передачи «Большая перемена» является привлечение детей в роли корреспондентов и ведущих, что повторяет опыт передач времен СССР. В эфире дети читают актуальные новости за неделю: про школу, спорт, музыку и т.д. Характерной чертой «Большой перемены» стала дискуссия между детьми. В передаче активно используется форма диалога (вопрос-ответ) между детьми и ведущим,

что также было использовано во времена Советского Союза. С помощью рассматриваемой программы «ТМ-радио» пытаются осуществить идею того, что СМИ для детей должны быть образовательными. Но, к сожалению, обсуждаемые темы редко касаются по-настоящему важных сегодня аспектов жизни (политика, общество и др.). Дискуссия между ребятами представляет собой однотипные разговоры о жизни и школе. Так, «ТМ-радио» скорее учит ребят правильно «держаться на публике», поддерживать разговор в эфире, но не достаточно образовывает свою аудиторию. Также стоит упомянуть, что новости, представленные на сайте данного проекта, в основном посвящены шоу-бизнесу и музыкальным новинкам.

Похожий проект под названием «KIDS FM» был создан в 2013 г. в московской творческой студии «Республика KIDS». Отличительной чертой «KIDS FM» стало то, что все эфиры ведут исключительно ребята. Девиз радиостанции гласит: «детьми — для детей!». Но радио «KIDS FM» больше похоже на блог популярного исполнителя современности, размещенный в социальной сети, чем на качественный медиапроект. Так, «KIDS FM» не несет в себе образовательно-воспитательный потенциал. Стоит упомянуть, что по-прежнему популярностью пользуются и радиопостановки. Например, «Старое радио» собрало в себе уникальные записи архивных советских фондов (сказки и другие произведения известных авторов прошлых лет). Также много аудиозаписей сказок для детей можно найти у проекта «Аудиосказки-онлайн.РФ». Но все же большинство детских радиостанций сегодня создает музыкальный контент: «Песни», «Детские песни», «Сириус». Рассматриваемые проекты собирают плейлисты из лучших произведений для детей, устраивают различные музыкальные и вокальные конкурсы, как бы отвлекая детей от реальных проблем и серьезных тем для обсуждений.

Если говорить о положении детского телевидения, то стоит упомянуть о еще одной немаловажной проблеме. Многие каналы нарушают правила и не отдают 7-10% эфирного времени под детские программы. Каналам

невыгодно ставить детские блоки (тем более в прайм-тайм) в эфир, т.к. тогда придется накладывать определенные ограничения на рекламу, что скажется на получении прибыли. Каналы, которые все-таки размещают такой контент, предпочитают закупать зарубежную продукцию прошлых лет. Так как объем иностранной выпускаемой продукции намного больше, чем отечественной, последняя стоит в разы дороже. Значит, покупая зарубежный контент, каналы экономят.

Так как не все каналы размещают в сетке передач детские блоки, восполняют нехватку детского контента нишевые каналы, то есть те, которые специализируются на определенной теме. Такими каналами для детей на сегодня стали: «Карусель», «Disney», «Детский мир». Основу эфиров составляют художественные и анимационные фильмы, мультфильмы, мультипликационные сериалы, что говорит об отсутствии качественных СМИ для детей на телевидении. Так, «Ну, погоди!», «Трое из Простоквашино», «Чебурашка и крокодил Гена» — первые сериалы, которые были созданы еще в СССР. Но Советские мультипликационные сериалы и сегодня находят место в сетках детских каналов. Тем не менее, начиная с 2000 г., в России начинают появляться новые достойные внимания проекты.

В 2004 г. студия «Петербург» выпускает сериал «Смешарики», который позже был дополнен целым рядом различных приложений (например, «Азбука со Смешариками»). Немногим позже появляются такие сериалы, как: «Приключения Лунтика» (2006 г.), «Колыбельные мира» (2003 г.), «Фиксики» (2010 г.), «Барбоскины» (2011 г.), «Три кота» (2015 г.), «Маша и Медведь» (2009 г.). Последний проект, безусловно, имел огромный успех не только у детей, но и у взрослой аудитории. «Смешарики» и «Маша и Медведь» были заявлены не только в России, но и на международном рынке, что доказывает успешное развитие данного направления в отечественном телевидении.

Создание детских полнометражных фильмов в России развито хуже. На этом рынке преуспела студия «Мельница», которая является создателем «Карлика носа» (2003 г.), а также популярной в России ленты про русских богатырей (например, «Алеша Попович и Тугарин Змей» (2004 г.)). Конечно, из-за большого влияния зарубежной продукции на данный момент отечественные производители создают свои мультфильмы по западному образцу. В целом можно отметить, что данный жанр сегодня активно совершенствуется, что доказывают работы «Белка и Стрелка» (2010 г.), «Смешарики. Начало» (2011 г.), «Как поймать перо Жар-птицы» (2012 г.), «Три богатыря и Наследница престола» (2019 г.), «Фиксики против крабатов» (2019 г.). Рассматривая создание отечественных художественных фильмов, нельзя не сказать, что золотым веком данного жанра был советский период. «Чучело», «Приключения Электроника», «Морозко» — одни из немногих известных фильмов того периода, которые до сих пор ставят на детских телеканалах. Современный период не отличился в данном жанре, какие-либо попытки создания художественных фильмов были безуспешными (сборы не покрывали большую часть потраченного бюджета).

Если сравнивать с ранее рассмотренным периодом СССР, то несложно заметить, что в нем особое внимание уделялось программам для детей. Многие из них стали знаковыми для своего времени и вошли в историю. Сегодня независимых студий по созданию детских программ в России практически нет. Можно отметить только компанию «Класс!», которая продолжает создавать новые выпуски передачи «Спокойной ночи, малыши!». С 2016 г. появляется аналогичная программа «С добрым утром, малыши!». Передача включает в себя различные конкурсы и мастер-классы, встречи с интересными гостями и т.д. С 2017 г. на телевидении появилась развивающая программа «Навигатор. Новости». Она ориентируется на информационный контент для детей, представленный в упрощенной и игровой форме. Затем к основной программе вышло несколько приложений. Одним из них является передача

«Навигатор. У нас гости!». Более популярной стала развлекательная передача, транслируемая на канале «Карусель», под названием «Вкусняшки шоу». Этим же каналом запущена новая развивающая программа о правилах русского языка «Игра с умом». Таким образом, детские программы различного типа (информационные, развлекательные, спортивные) все же присутствуют на специализированных детских каналах, а также ежегодно выходят новые передачи. Но данные проекты надолго не задерживаются в сетке вещания. Не имеющие характерных отличительных черт, эти передачи с низким уровнем оригинальности и без продуманной концепции, быстро приедаются аудитории. Подобные программы не получают большого признания и вскоре покидают сетку вещания.

Подробно рассмотрев положение современных СМИ для детей в России, можно увидеть следующие тенденции: медиаконтент для дошкольников представлен шире, чем для школьников; школьники (особенно средних классов) вынуждены пользоваться СМИ, непредназначенными для их возрастной категории за неимением качественного детского контента; современные СМИ плохо представляют, каким потенциалом они обладают, и как нужно коммуницировать с детской аудиторией для привлечения ее внимания.

Рассмотрим проблему нехватки качественного контента для детей старше шести лет. С дошкольными изданиями все гораздо проще: их можно наполнить сказками или другими литературными произведениями, развивающими играми, комиксами и т.д. Более взрослая аудитория требует от издания анализ материалов, критических оценок того или иного события, а также социально-важных тем. Это требует большой интеллектуальной работы от журналистов. К.И. Чуковский писал: «Для детей нужно писать как для взрослых. Только лучше». Спикерами VIII-го (2019 г.) международного культурного форума в Санкт-Петербурге данная идея также была подтверждена. Современные издания для детей идут по пути наименьшего

сопротивления, удерживая свою аудиторию популяризацией ранее упомянутых тем (отношения, мода и т.д.). Для исправления сложившейся ситуации от редакций и журналистов требуется полное переосмысление сегодняшней концепции детских СМИ.

При изучении современного контента, можно заметить полное отсутствие важных социальных тем, разговоров о политике, исторических материалов, критических рецензий на спектакли, фильмы или книги. Еще в СССР было замечено, что детская журналистика должна быть похожа на взрослую по тематике материалов и идейному осмыслению. Сегодня СМИ являются мощным инструментом влияния на подрастающую аудиторию. Именно современные издания, радио- и телепрограммы закладывают в детях первоначальные представления о своей стране, обществе и мире в целом. Образование — это совокупность приобретенных знаний, навыков, а главное ценностных установок. СМИ обладают огромным потенциалом, чтобы восполнить данный ресурс у юной аудитории. Дети, особенно в дошкольном возрасте, обладают высокой степенью доверия к средствам массовой информации. Именно поэтому важно начать внедрять образовательный контент в детские проекты, при этом излагая материал более простым и живым языком.

Так, очерки И.Я. Маршака о первой пятилетке в журнале «Еж» могут стать хорошим примером объединения научного и художественного жанров. Писатель объяснял основные идеи и сложные явления простым языком, сопровождая материалы веселыми иллюстрациями и короткими подписями к ним. В дальнейшем данные работы вошли в книгу очерков И.Я. Маршака «Рассказ о великом плане». Рубрика «Очерки газетного путешественника» выходила на страницах издания «Пионер». Материалы повторяли те же самые новости, которые печатались в недетских газетах. Изменена была только подача: «Добрый американский дядюшка, министр иностранных дел Соединенных Штатов мистер Келлог очень заботится о мире. Но СССР все-таки подписал пакт. Доказывая свою твердую, неизменно мирную

политику по отношению ко всем народам» [1]. Также данная рубрика «Пионера» давала детям возможность поразмышлять, сформулировать свою точку зрения по данному вопросу на основе «голых» фактов. Так, в советское время СМИ исполняли функцию информатора. Сегодняшние издания, а также радио и телевидение идут по пути коммерциализации, вычеркивая общественно-политические темы из своих проектов. Исключение составляет только преддверие празднования очередной годовщины Великой Отечественной войны. Чаще всего детские СМИ вспоминают о своей просветительской функции в этот период.

Как итог большинство детской аудитории ощущает нехватку информационного контента. Чем старше становится ребенок, тем больше он начинает смотреть и читать взрослые СМИ. Так, детская аудитория покидает специализированные средства массовой информации. Первым делом дети приобщаются к взрослому телевидению, не предназначенному для их возраста. Исследовательская компания «Mediascope» сообщает, что за 2019-2020 гг. зрители от 4 до 17 лет «тратили на телепросмотр более двух часов в сутки» [23]. Немаловажно заметить, что данный показатель выше, чем среди всего населения в ряде других стран. Как уже упоминалось ранее, к 14-17 годам нишевые каналы («Карусель», «Мульт», «Disney») смотрят менее 20% детско-подростковой аудитории. В основном дети смотрят такие развлекательные продукты, как «Дом 2», «Интерны», «Универ», «Воронины» и т.д., которые могут завуалировано пропагандировать аморальные ценности [7]. Более подробно рассматриваемая тема будет раскрыта в следующем пункте данной работы («2.2. Воспитательный потенциал»). Если говорить о развивающих программах, которые транслируются на федеральных и региональных каналах, то следует упомянуть «Умники и умницы», а также «Самый умный». Последняя передача прекратила свое вещание в 2013 г.

Имея мощный образовательный потенциал, СМИ для детей могут обезопасить свою аудиторию от тлетворного влияния двумя способами.

С одной стороны, средства массовой информации способны научить детей фильтровать поступающую информацию. Стоит помнить, что «Закон о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и запреты родителей не способны огородить ребенка от, например, просмотра «Дома 2». Но СМИ в силах объяснить, что поведение участников аморально и не соответствует общепринятым нормам цивилизованного, развитого общества. Так, чем образованнее ребенок, тем выше уровень его медиакомпетентности. С другой стороны, во избежание просмотра детьми не соответствующего их возрасту контента СМИ обязаны увеличить вещание для данной аудитории на федеральных и региональных каналах (особенно в дневное время, когда дети приходят со школы). Пока что данные СМИ не оправдывают своей образовательной функции: детский контент ставится в неудобное для целевой аудитории время, на каналах наблюдается большое количество рекламы, отсутствуют анонсы детских передач.

Если говорить о наполняемости современных отечественных СМИ с точки зрения жанров, то в детских СМИ на данный момент наблюдается отсутствие новостей, хотя именно они оказывают немаловажное влияние на аудиторию. Новости освещают происходящие вокруг события и тем самым формируют информационную картину мира, что особенно полезно для образования и развития детской аудитории. Новость в специализированном детском издании или на канале — это самый простой жанр. Только изучая саму структуру данного материала, ребята учатся выделять главное и систематизировать свои мысли/записи и т.д. Говоря о СМИ федерального и регионального значения, следует добавить, что они должны стремиться уделять хотя бы 5% от информационного выпуска в пользу новостей о детях: мероприятия, социальные проекты, сюжеты о научной деятельности и др. Так, ГТРК «Южный Урал» вставлял «сюжеты о детских добрых делах в новости телеканала» в рубрике «Школьные вести» [7]. А с 2016 г. «Южным

Уралом» была создана отдельная площадка для детских СМИ, которые работали на базах школ и домов творчества.

Жанр репортажа также слабо представлен современными детскими медиа. Телевизионный репортаж на федеральном или региональном канале редко отличается от обычной новости (только сообщение фактов, отсутствие эмоций и личного мнения). Но в печатных СМИ или на радио данный жанр становится эмоциональным. Например, читая подобные материалы, ребята учатся подмечать незаметные на первый взгляд детали, передавать нужную атмосферу с помощью описания мимики или коротких реплик людей. Еще один незаменимый жанр, оказывающий влияние на образование детской аудитории — это интервью. С детьми нужен особый разговор на актуальные темы с участием авторитетных профессионалов своего дела и с известными государственными деятелями.

Безусловно, стоит отметить, что основным источником информации для детей является школа. Так, СМИ, основанные на базе различных образовательных учреждений, имеют огромный потенциал для развития детей. Посещая такие внеклассные занятия (создание газеты, радио, видеоматериалов, сайтов), школьники осваивают навыки, которые могут пригодиться им в условиях информационной реальности. Дети учатся анализировать информацию и объективно ее излагать, рассуждать на интересующие их темы, правильно говорить и интонировать при разговоре, а также находится в кадре. Помимо этого, школьники знакомятся с новыми техническими ресурсами: профессиональные программы для верстки газет/журналов, обработки фото, аудио- и видеомонтажа. Также учатся фотографировать, снимать и работать со звукозаписывающим оборудованием. Внеклассное образование положительно влияет на посещение школы ребенком, так как появляется дополнительный интерес к учреждению. Именно с такими прикладными навыками выпускник должен заканчивать школу. Так, с сентября 2021 г. школа-интернат имени К.К. Грота в Санкт-Петербурге приняла решение

организовать на базе учреждения полноценный медиационный центр (газета, радио, телевидение). Многие летние оздоровительные лагеря для детей также имеют собственные студии СМИ. Например, лагерь «Каравелла», находящийся в Ленинградской области (Выборгский район), выпускает детскую газету, а также ведет ежедневные радиозаписи. Воспитательный потенциал образовательных учреждений будет рассмотрен в следующем пункте («2.2. Воспитательный потенциал»).

Еще одной немаловажной проблемой является нехватка профессиональных журналистов для детей. «Политическая история России и мира, ее уроки, экономическая ситуация в стране и мире, война в Сирии, миграция беженцев, вербовка молодых людей для использования запрещенным у нас Исламским государством, история отношений с Украиной — все это важнейшие темы для детских и юношеских СМИ» [1]. Но существует версия, что данные темы не раскрываются, потому что современные журналисты не умеют и боятся разговаривать с детьми о подобных вопросах. Лучшие традиции общественно-политической художественной публицистики утрачены. В первую очередь, для решения данной проблемы детские журналисты сами должны быть компетентны в приведенных выше темах, а также умело преподносить их подрастающему поколению.

Отдельные попытки детских СМИ поговорить со своей аудиторией кажутся безграмотными и поверхностными, также не учитываются психологические особенности восприятия информации детьми. В 2011 г. «Классным журналом» был опубликован материал Н.И. Босого «Че Гевара». Эта интересная тема была представлена в издании так, что дети не смогли почерпнуть для себя полезной информации. Аудитории не объясняется, кто такие революционеры, какими идеями они руководствовались, к чему привели данные события и т.д. Главная цель участников движения объясняется так: «Они устраивают революции — чтобы плохие правители испугались и убежали, а правителями стали они сами и сделали всех вокруг

счастливыми...» [1]. А военные действия описаны подобными фразами: «На Кубе дело шло хорошо — когда Че и его друзья начали бегать по улицам и стрелять, правительство довольно быстро испугалось и сбежало. Но Че Геваре этого было мало. Он поехал в Африку, в Конго у него не выгорело» [1]. Данный материал способен привить аудитории определенные стереотипы, что будет мешать детям объективно оценивать какую-либо информацию в будущем.

Детско-юношеским информационным порталом «Пионерка.Ру» в 2021 г. был опубликован материал «О первых пионерах и их вожатых». Здесь можно увидеть пример противоположный предыдущему случаю. С детьми говорят, как с взрослыми, но не учитывают их исторический запас знаний. Так, в тексте даже не объясняется, кто такие пионеры, зато приводится множество нерасшифрованных аббревиатур (например, ВЛКСМ, РКСМ, СССР). Такой текст будет непонятен ребенку, может отбить у него желание изучать данную тему.

Таким образом, говоря о проблеме отсутствия качественного образовательного контента для детей в СМИ, стоит сказать, что сегодня в современной журналистике наблюдается острый дефицит квалифицированных кадров. «Следует уделить особое внимание вузовской подготовке кадров журналистов, редакторов для детских СМИ, дизайнеров, оформителей, рекламистов, специалистов по связям с общественностью, веб-редакторов, контент-менеджеров (специалистов по созданию, поддержке, обновлению сайтов, адресованных детям). Важна подготовка педагогов и психологов детских СМИ» [1]. Специалисты рассматриваемой сферы должны заниматься поиском и разработкой новых форм детского контента. Также развитию образовательного потенциала могло бы поспособствовать преобладание серьезного контента над развлекательным. Кроме того, этому благоприятствовало бы перераспределение пропорций новостных блоков в сетках федерального и регионального вещания в пользу

разножанровых материалов, сориентированных на подрастающее поколение россиян.

2.2. Воспитательный потенциал

В отличие от образования, воспитание не включает в себя развитие интеллектуальных способностей ребенка. Если образовательный потенциал СМИ заключается в том, чтобы дать ребенку новую информацию для изучения, наблюдения или анализа, то в плане воспитания средства массовой информации могут взрастить индивидуальные личностные качества ребенка. Также воспитывать, значит, помогать подрастающему поколению входить в социальную жизнь. СМИ в современном мире способны оказывать огромное влияние на формирование личности ребенка. Зачастую влияние со стороны средств массовой информации является доминирующим и оказывается выше, чем авторитет родителей и других родственников. Воспитание гуманистическое, нравственное, трудовое — все это является потенциальными возможностями СМИ.

Н.И. Новиков в журнале «Детское чтение для сердца и разума» в основном делал упор на воспитание патриотизма. В издании упрекалась излишняя любовь ко всему зарубежному. Ранее неоднократно упоминалось, что в советский период СМИ также воспитывали граждан, любящих свое государство. Сегодня президент Союза предприятий печатной индустрии С.Н. Моисеев и его исполнительный директор Е.М. Шитикова одной из важнейших задач СМИ считают «воспитание в детях бережного и уважительного отношения к родному языку и печатному слову как к источнику знаний и духовного опыта [37]. Помимо этого, в период становления СМИ для детей ставили перед собой цель развить уважение к старшим, любовь к родителям, специализированные издания рассуждали о религии и любви к Богу.

Журнал Н.И. Новикова и советские СМИ формировали у юной аудитории морально-нравственные нормы, ценности, нравственное поведение. Эти качества преподносились довольно примитивно: например, перечить родителям плохо, а слушать — хорошо. В современном мире также существуют проблемы, которые СМИ должны освещать исключительно с отрицательной стороны: преступность, алкоголизм, наркомания, детская проституция, игромания и др. Безусловно, социальные проекты для детей не должны бояться обсуждать такие темы, как: домашнее насилие, неблагополучные семьи, межэтническая и межконфессиональная напряженность, плохая школа, дурная компания сверстников и т.д. Но в то же время у СМИ сегодня существует уникальная возможность рассматривать данные вопросы дискуссионно, не прикреплять определенные клише, а углубляться в проблему и рассматривать ее с разных точек зрения. Например, не говорить, что зависимый человек теперь является изгоем общества, а, наоборот, учить оказывать ему помощь и поддержку, проявлять лояльность.

Так, ярким образом отсутствия моральных норм может стать станица Куцевская в Краснодарском крае. Главенствующая там преступная группировка подвергала насилию девушек от 14 до 20 лет. «Изнасилованных девочек в Куцевке называют “отходами”. Быть изнасилованной — это несмыслимый позор. Не для насильника — для девочки. С ней не общаются “приличные”. Ее не берут замуж» [31]. Стоит помнить, что детская и подростковая жестокость — это довольно распространенное явление, поэтому СМИ должны обращать особое внимание на такие случаи аморального поведения. Во избежание дальнейшего издевательства и преследования со стороны сверстников, средства массовой информации обязаны дискутировать с юной аудиторией на подобные темы. Таким образом, еще одной важнейшей задачей воспитания является гуманистическое направление. Данный вид воспитания предполагает гармоничные отношения

между всеми членами общества, с которыми ребенок взаимодействует. Такие мотивы должны преобладать над эгоистическими. «Что бы ни делал, о чем бы ни думал подросток, в мотив его деятельности должно входить представление об обществе, о другом человеке» [65].

В предыдущем параграфе данной работы упоминалось, что дети и подростки все чаще начинают смотреть не предназначенный для их возрастной категории контент. Обычно это сериалы, показываемые по развлекательным каналам «ТНТ», «СТС» и др. Так, сериал «Жуки» может оказаться пропагандой алкоголизма, а также уклонения от армии. Дети часто калькируют отрицательные поступки персонажей популярных телесериалов, их внешность, поведение, даже манеру говорения, в том числе употребление нецензурной лексики. Создатели данных проектов обязаны обозначать аморальные поступки как недопустимые и наказывать персонажей за их совершение. В свою очередь СМИ для детей, имея мощный воспитательный потенциал, должны обсуждать и критиковать отрицательные действия героев. Если этого не делать, то аморальное поведение может восприниматься юной аудиторией как норма.

Несомненно, стоит помнить, что воспитательная функция СМИ заключается и в раскрытии индивидуальных черт характера каждого ребенка. К ним могут относиться такие качества, как: любовь к себе и чувство внутренней свободы, самоуважение и критичность, честность, совесть, наличие непоколебимых личностных идеалов, доброта и строгость, способность размышлять, решительность и смелость, или, наоборот, осторожность и др. Под воспитанием понимается разностороннее развитие личности, которое также включает в себя обеспечение роста творческих способностей ребенка. Так, искусство играет особую роль в воспитании детей. Совершенствование творческих способностей помогает ребенку не только преобразовывать реальную действительность, но глубже познавать самого себя. Детские СМИ являются хорошей площадкой для осуществления данной цели.

Советская передача «Умелые руки» учила детей определенным прикладным навыкам, сегодня современный аналог «Мастерская умелые ручки» продолжает данную традицию на телеканале «Карусель». Этот же канал выпускает такие творческие программы, как: «Студия Каляки-Маляки», «Давайте рисовать!», «Проще простого!» и др. Из печатных изданий можно привести в пример журнал «Детское творчество». Таким образом, современные СМИ для детей вполне успешно справляются с функцией воспитания юной аудитории через искусство.

Трудовое воспитание — следующая рассматриваемая функция СМИ для детей. Как уже упоминалось ранее, сегодня не только школы, но и, например, детские лагеря организуют на своей базе собственные медиа. Помимо дополнительного образования, такие СМИ имеют значительный потенциал в области воспитания: детям прививаются необходимые для жизни навыки коммуникации и работы в коллективе. Так, информационный проект для детских лагерей дневного пребывания «ПрессЛето» и лагерь «Каравелла» объединяют детей и подростков, готовых заниматься журналистикой. В проекте «ПрессЛето» редакции газет создаются кураторами на базах школьных лагерей. Целью проекта длиной в месяц является выпуск своего издания. «Каравелла» помимо редакции газеты имеет и собственную радиостудию. В течение смены ученики выпускают четыре номера газеты и ежедневные радиопрограммы. Данный процесс воспитывает в детях ответственность за работу, которую им необходимо выполнить в определенный срок, дисциплинированность и инициативность. Ученикам постоянно приходится коммуницировать с кураторами и остальными «сотрудниками» редакции (учениками), что развивает умение слушать других, отстаивать собственное мнение, участвовать в переговорах и находить компромиссы. Дети учатся брать на себя определенные обязанности и отвечать за решения, принятые в ходе работ. К тому же многим ученикам данный процесс помогает определить склонности

к тому или иному виду деятельности, что, безусловно, облегчает задачу выбора будущей профессии.

Становление личности ребенка зависит от ценностных ориентиров общества, в котором он находится. В процессе своего взросления дети опираются на опыт других людей. Таким образом, СМИ для детей могут оказывать влияние на социализацию ребенка в обществе. Во время становления личности в детях важно заложить правильные модели поведения, социальные роли. Так, человек постепенно примеряет на себя роль ребенка, школьника, студента, брата/сестры, супруга, родителя и т.д. Именно СМИ в современном мире несут немалую ответственность за социализацию, так как те или иные роли и модели поведения дети воспринимают из средств массовой информации. Детские СМИ обязаны доносить до своей аудитории правильные ролевые ориентиры.

Еще одна важная воспитательная задача детских СМИ заключается в формировании устойчивой познавательной потребности. В отличие от школьных предметов, которые зачастую преподаются «сухо» и безынтересно, у СМИ есть уникальная возможность увлекательно изложить научный материал. Если применять такой подход, ребенок сам начнет интересоваться изучением того или иного вопроса. К тому же СМИ не ограничиваются изложением только школьных учебных предметов. У детей появляется интерес к самостоятельному наблюдению и проведению опытов, касающихся разных областей, тем самым рождается любознательность. Также издания или программы для малышей (дошкольников) могут быть аккумулятивными (то есть когда определенные задания, например загадки, оказываются слишком сложными для понимания ребенка, что подталкивает его обратиться за помощью к родителям). Таким образом, детские СМИ могут на всю жизнь привить человеку потребность к обучению, что, безусловно, является хорошим вкладом в развитие страны в целом. Еще одной миссией детских СМИ является пропаганда чтения. Дети, которые не знакомы

с культурой чтения, которые используют Интернет исключительно для игр и просмотра видеоматериалов, вряд ли изменят свои привычки во взрослом состоянии. Если ребенок не читал книги в детстве, вероятнее всего, он уже никогда этого не сделает, а также не передаст данную культуру своим детям. «И как раз детская периодика является мостиком к чтению книг и прививает необходимый для нравственного человека навык!» [64]. Так, СМИ для детей, имея огромный воспитательный потенциал, на данный момент не раскрывают его в полной мере.

Исходя из всего вышеперечисленного, стоит сказать, что детские СМИ, особенно школьные, в обязательном порядке должны содержать в себе как образовательный, так и воспитательный потенциал. На основе этих данных в работе будет предложена концепция газеты «Школьные записки» для школы-интерната им. К.К. Грота города Санкт-Петербурга. Издание предназначено для учеников с полным или частичным нарушением зрения. Как упоминалось ранее, для полноценного развития в детской газете должны быть представлены основные жанры журналистики: новостные, рациональные, эмоциональные. Также далее будут рассмотрены рубрики «Школьных записок».

Во-первых, разворот детского развивающего издания должен быть посвящен обзору новостей: в школе-интернате, городе, стране и мире. В данном разделе стоит применить два подхода. Первый способ заключается в том, чтобы адаптировать различные «взрослые» новости для учеников. Второй подход основан на подборке материала, непосредственно связанного с детьми или местами их досуга (например, в «Ленинградском зоопарке проснулись сурки» или в «БДТ им. Товстоногова показали новый детский спектакль»). Далее следуют разделы, посвященные науке, истории, спорту, искусству и творчеству, психологии и литературе. Данные рубрики направлены на изучение новых тем и понятий, биографий известных личностей в определенных областях и др. Цель — заинтересовать, пробудить

познавательную потребность, вывести воспитанников на диалог и вовлечь их в дискуссию друг с другом и преподавателями. Также ученики будут иметь возможность издать собственный материал и таким образом поделиться личным мнением по поводу определенных вопросов и переживаний, поработать над созданием проекта в команде. В отдельную рубрику в виде репортажа или интервью будут оформлены беседы детей со школьным психологом на остросоциальные и личные темы.

Интерес будет представлять и раздел, представленный интервью с другими работниками интерната (например, директором, преподавателями или руководителями творческих студий). Даная рубрика направлена на раскрытие личности и деятельности интервьюируемого, что позволяет установить и наладить коммуникацию между учениками и сотрудниками интерната. Во время беседы интервьюируемый также дает жизненные советы и наставления, помогает прививать аудитории моральные ценности. Помимо этого, некоторые интервью будут проводиться со специалистами (тифлопедагогами) по бытовой адаптации слабовидящих и незрячих детей в обществе. Например, тифлопедагоги учат детей готовить, опираясь только на тактильные ощущения, ориентироваться на городских улицах и в общественном транспорте, знакомят ребят со столовыми приборами. Часто, доживая до подросткового возраста (14-17 лет), слабовидящие или слепые не знают о существовании вилки, а едят только ложкой. Данное СМИ для учеников школы-интерната им. К.К. Грота будет помогать предотвращать такого рода проблемы.

Подобная рубрика под названием «Доска почета» будет направлена и на беседу с самими детьми. Предполагается, что интервью берется у одного из учеников класса или творческой студии. Победитель в различных номинациях (например, «Самый любознательный», «Самый креативный» и т.д.) определяется голосованием одноклассников. С помощью данного жанра раскрывается личность ученика через его определенные качества

или то, чем он любит заниматься в свободное время. Так, развивая в воспитанниках стремление оказаться на страницах газеты, школьное СМИ способствует активному участию учеников в жизни интерната.

Помимо этого, планируется создание полноценного медиацентра. Будут выпускаться радиоверсии газетных материалов, а также видеоотчеты, содержащие репортажи о социальных проектах или акциях, реализованных детьми, сюжеты о школьной и научной деятельности учащихся, материалы, способствующие чувству патриотизма, а также сюжеты о здоровом образе жизни. Таким образом, школьные СМИ становятся полноценным социальным институтом образования и воспитания, который обеспечивает развитие взаимоотношений между членами детско-взрослых сообществ (учениками и сотрудниками интерната). Так, детские СМИ в школе выполняют следующие функции. Во-первых, осуществляется регулирование отношений между данными сообществами. Во-вторых, СМИ исполняют интегративную функцию, то есть обеспечивают сплочение коллектива, развивают взаимоответственность и взаимопонимание между учениками и работниками школы-интерната. В-третьих, средства массовой информации в школе выполняют транслирующую функцию, которая отвечает за передачу данного социокультурного опыта, например, другим образовательным учреждениям.

В завершении данного параграфа, несомненно, стоит поговорить о детских СМИ и поддержке государства. То, что транслируется в СМИ — это политика. Например, если ребенок с ранних лет наблюдает на телевидении отрицательных героев и безнравственное поведение, которое никак не порицается, то существует большая вероятность того, что в будущем он примерит данную модель поведения на себя. Если в СМИ для детей в основном преобладает развлекательный, а не образовательно-воспитательный контент, значит, это выгодно определенному кругу лиц. Именно детские СМИ формируют стремление к получению высшего образования и престижной профессии, а также собственное мнение и взгляды. Без вышеперечисленных

качеств огромное количество людей превращается в массу, которой можно легко управлять и манипулировать. Часто такие люди не имеют собственных целей и амбиций. Именно поэтому в данный момент государство должно активно поддерживать детские СМИ и возрождать утерянные традиции.

К сожалению, помощь, которая сегодня оказывается российскими властями, чрезвычайно мала. Этой проблемой озадачен издательский дом «Лев» и в частности его генеральный директор Л.Н. Елин. Издательский дом специализируется на выпуске детских книг и журналов с 1992 г., на данный момент является абсолютным лидером среди детских изданий с долей рынка более 65% [45]. В 2019 г. на парламентских слушаниях о печатной прессе в России Л.Н. Елин в своем докладе «Детские СМИ — основа будущего страны» сравнил помощь, оказанную государством печатным детским изданиям и полнометражным анимационным фильмам. Так, в 2018 г. сумма поддержки печатных изданий для детей оценивается в 38 млн. рублей (для 62 журналов и газет). То есть в среднем чуть больше 600 тыс. рублей для каждого проекта. Также Л.Н. Елин заметил, что помощь полнометражным анимационным фильмам в том же году составила 150 млн. рублей (для шести фильмов). То есть в среднем государством было предоставлено по 25 млн. рублей на один фильм. Сумма, выделенная на поддержку детских СМИ, оказалась в разы меньше. «Существовать на эти деньги нельзя, а самостоятельно зарабатывать средства, достаточные для развития, с учётом разрушенной розницы и отсутствия рекламы, печатные детские издания не могут» [64].

На парламентских слушаниях 2019 г. В.В. Жириновский сообщил, что печатные СМИ вовсе не нужны детям. Данные выводы, политик сделал из собственных наблюдений, которые подтверждают, что дети проводят свое свободное время за экранами смартфонов. Тем не менее, аудитория детской периодики в 2019 г. насчитывала 15 млн. человек. К этому числу также следует прибавить радиослушателей и телезрителей детских передач и каналов.

Стоит упомянуть, что многие дети в России не имеют доступа к журналам и газетам: цена на издания слишком велика, детские библиотеки также не подписываются на данные СМИ из-за ограниченного финансирования, а в школьных библиотеках детские СМИ вообще отсутствуют. Так, детские СМИ нужны детям, но многие не имеют возможности их потреблять.

Таким образом, подводя итоги данного параграфа, стоит сказать, что СМИ для детей имеют огромный воспитательный потенциал, но не используют его в полной мере. Средства массовой информации имеют возможность помочь ребенку социализироваться в обществе, определить для себя непоколебимые нравственные идеалы и ценности, а также развить индивидуальные творческие способности и личностные качества характера. С другой стороны, СМИ способны привить юной аудитории отрицательные манеры, с чем, безусловно, следует бороться. Помимо этого, детским СМИ сегодня требуется государственная поддержка, но аудитория также должна проявлять интерес к детской периодике, радио- и телепрограммам, чтобы показать российским властям нужду в данном контенте.

2.3. Развлекательно-рекреационный потенциал

Безусловно, образовательно-воспитательная функция детских СМИ является приоритетной, но не стоит забывать о возможностях развлекательного потенциала. Многие родители и образовательные учреждения недооценивают игру в жизни ребенка и стараются пресечь любые ее проявления. Но следует помнить, что игра — это неотъемлемая часть взросления и развития. Именно с помощью игры ребенка можно увлечь чтением журнала или просмотром развивающего шоу. Игровая форма часто применяется и самими СМИ для удержания внимания ребенка. Так, еще Н.И. Новиков в журнале «Детское чтение для сердца и разума» с этой целью придумал своего персонажа Добросерда, который беседовал

с вымышленными детьми (Лизанька, Володинька и др.). По задумке автора герои слушали наставления своего учителя, задавали ему вопросы, вели коммуникацию друг с другом, делали свои предположения. С помощью игры в журнале выстраивается непринужденное общение между всеми персонажами, в ходе которого вымышленные ребята сами догадываются, что хорошо, а что плохо. Так, журнал учит реального читателя выстраивать логические цепочки и размышления, играя. Добросерд поощряет выдуманных персонажей и реальных детей, что мотивирует аудиторию к дальнейшему чтению и развитию.

Стоит упомянуть, что с помощью игры детские СМИ способствуют сплочению ребенка с родителями или сверстниками, многие задания можно выполнять в группах. Современный журнал «Ставроша» предлагает своему читателю множество кроссвордов (например, «Космос», «Астрономия и география», «Угадай автора» и т.д.), sudoku, сканвордов, чудо-квадратов, загадок и раскрасок. Также журнал публикует авторские песни и сценарии для детских праздников (например, «сценарий Пасхального спектакля»), которые могут использовать как воспитатели детских садов, так и педагоги начальных классов. Безусловно, детские СМИ оказывают родителям своего рода помощь, когда требуется совмещать воспитание с выполнением бытовых обязанностей. Так, телепрограмма «Спокойной ночи, малыши» уже более 50 лет развлекает свою аудиторию перед сном.

Одной из главных задач развлекательных СМИ для детей является обеспечение для ребенка безопасного и интересного времяпровождения во время отсутствия родителей. Так, уже упоминаемый издательский дом «Лев» выпускает журнал для девочек «Мир принцесс». В специальном выпуске «Золушка» издатели предлагают детям собрать собственный кукольный театр, вырезая со страниц необходимые для игры фигурки и фон. В этом же выпуске девочки по инструкции могут смастерить заколку для волос вместе с Золушкой, главной героиней выпуска. Подобные развлекательные журналы могут создать

для ребенка иллюзию друга, с которым можно провести свое свободное время. Стоит сказать, что чрезмерная замена реального общения со сверстниками выдуманном персонажем способна привести к негативным последствиям. Но в определенных условиях подобная альтернатива является лучшим решением. Например, досуг, проведенный ребенком за чтением детского издания, может помочь избежать попадания в дурную компанию без присмотра родителей. Также издательский дом «Лев» предлагает подписку на журнал «Том и Джерри», «Играем с Барби» и др. Так, ребенок может выбрать персонажа, с которым он предпочитает провести время, и лучше узнать его, читая комиксы и разгадывая головоломки. Часто к номерам развлекательных изданий прилагаются игрушки и постеры. Журнал для мальчиков «Тачки» (выпуск №4/2021г.) вышел с машинкой Бобби Вжик в подарок.

Стоит отметить, что подобные развлекательные издания способны развивать образное мышление своей целевой аудитории. Играя, дети способны моделировать новое пространство, наделять игрушки уникальными свойствами и чертами характера. В процессе такого рода развлечения ребенок учится мыслить самостоятельно и нестандартно. Более того, во время игры дети вслух проговаривают действия персонажей (игрушек), а также их реплики, тем самым тренируя и развивая свои речевые навыки. Таким образом, детские развлекательные СМИ всегда дают своей целевой аудитории новые сюжеты для игр, что положительно влияет на сферу развлечений для детей в целом. Проблема заключается в том, что сегодня медиарынок для детей переполнен подобными проектами. В основном развлекательные СМИ не несут в себе образовательного или воспитательного посыла, а направлены только на коммерциализацию, развитие и продажу бренда (например, продажа куклы Барби и сопутствующей продукции данного бренда). Говоря о печатных изданиях такого рода, стоит заметить, что зачастую они привлекают ребенка только ярким персонажем и дополнительной продукцией (игрушки, постеры, брендированные канцелярские товары и др.). А подобные развлекательные

телепередачи, как упоминалось ранее, выстроены по одному шаблону, что быстро становится безынтересным для целевой аудитории.

Ранее упомянутую телепередачу «Звездный час» (выпуск 1993 г.) можно рассматривать в качестве достойного развлекательного проекта для детей с образовательно-воспитательным потенциалом. Одной из основных функций программы является сплочение детей и их родителей. Последние садятся за спины ребят и отвечают на вопросы вместе с ними. Если ответы совпадают, участник-ребёнок получает звезду, которая в дальнейшем может принести дополнительные баллы в финале. Передача вышла 19 октября 1992 г. Интересно, что в выпусках за 1993 г. С.Е. Супонев уже не повторяет правила игры в эфире, говоря, что в этой стране их не знают только домашние животные. Это подтверждает огромную популярность телепрограммы среди своей целевой аудитории.

Стоит отметить, что при выходе ребят в студию, С.Е. Супонев делает акцент на их внеклассных увлечениях: гандбол, футбол, настольные развивающие игры. Детям всей страны это указывало на активный образ жизни участников, попадающих в программу, что давало мотивацию делать то же самое. Также телеведущий часто акцентирует внимание на том, что нужно развивать своё мышление, и порицает отрицательные привычки, например, отсутствие режима дня, любовь к долгому сну и лень.

Темы, подбираемые для выпусков, представляли собой широкое разнообразие: опера, киноведение и страноведение, география, сказки того периода и т.д. Рассматриваемый в работе выпуск связан с предпринимательской деятельностью. Для начала ведущий спрашивает о знаниях детей в данной сфере, шутя, снимает напряжение с ребят перед игрой. Затем С.Е. Супонев даёт краткую историческую справку по теме: обозначение термина «предпринимать» и отношение властей к данной группе людей (тюремные аресты, запрет на проживание в столицах страны). Первый тур анализируемого выпуска включает в себя вопросы, посвященные

известным предпринимателям и их деятельности. Участники должны выбрать правильный ответ из тех вариантов, что предложены на экране. Во втором туре ребятам дается пять букв, из которых нужно составить самое длинное возможное слово. В данном конкурсе могут участвовать и зрители, находящиеся в студии. Они также награждаются призами. Третий тур заключается в составлении логических цепочек. Например, в рассматриваемом выпуске дети должны были соотнести названия животных с определенными понятиями на биржевом жаргоне. Финальное испытание, которое проводится между двумя оставшимися участниками, включает в себя составление новых слов из одного предложенного. Выигрывает тот участник, который смог придумать больше слов, чем его соперник.

Так, телепередача «Звездный час» помогала развивать детям всей страны логику, внимательность, образное мышление, самостоятельность в выборе ответа/решения и т.д. Стоит отметить, что ведущий С.Е. Супонев никогда не разговаривал с ребятами как с детьми, общался с ними на равных. Такой способ коммуникации приучает юную аудиторию к социализации во «взрослом» мире. Телепрограмма «Звездный час» воспитывала и моральные ценности. Например, в анализируемом выпуске ведущий побуждает участника (мальчика) уступить место девочке, дав ей возможность ответить на вопрос второй, что является более выгодным положением в одном из туров программы. За данный поступок ребенок награждается аплодисментами зрителей, которые дают ему понять, что он поступил правильно. Безусловно, важным качеством, которое развивала телепрограмма «Звездный час», является конкурентоспособность. Ребята соревновались друг с другом за главный приз (например, видеомэгафон) и право сказать речь в финале. Вместе с выигрышем участник получал минуту славы, уважение, а также мотивацию учиться и развиваться дальше. Такую же мотивацию получала и вся целевая аудитория. Каждый желал оказаться на месте победителя, что давало большой толчок для сферы детского образования и воспитания в России.

Подводя итоги данного параграфа, можно отметить, что, несмотря на приоритет образовательно-воспитательного потенциала, детские СМИ не должны забывать о своей развлекательно-рекреационной функции. С помощью игры дети примеряют на себя различные социальные роли и развивают абстрактное мышление. Правильное использование развлекательного контента в СМИ для детей может привить аудитории мотивацию к обучению, а также такое качество, как конкурентоспособность. Благодаря игровой форме СМИ способны сплачивать детей с родителями и сверстниками. К сожалению, сегодня на медиарынке России наблюдается переизбыток развлекательного контента для детей, что требует скорейшего изменения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам выпускной квалификационной работы были выполнены поставленные задачи, а именно:

1. Рассмотрена история становления и развития отечественной прессы, радио- и телевидения для подрастающего поколения.

2. Выявлен образовательный, воспитательный и рекреационный потенциал средств массовой информации, создающих и транслирующих детский медиаконтент в современной России.

3. На основе полученных данных оценены возможности совершенствования отечественного медиаконтента на долгосрочную перспективу.

Так, была достигнута цель исследования, которая заключалась в изучении качественных характеристик отечественного медиаконтента для детей как важного элемента образовательного процесса в сложившихся условиях информационного общества.

Делая выводы, стоит сказать, что сегодня журналистика для детей нуждается в поддержке государства. Если говорить о печатных СМИ, нужно упомянуть, что многие дети в России не имеют доступа к журналам и газетам из-за высокой цены и отсутствия данных изданий в детских/школьных библиотеках. Также современная журналистика для детей обязана использовать свои возможности в образовательных целях. К сожалению, сегодня на медиарынке России наблюдается переизбыток развлекательного контента для детей. Таким образом, потенциал СМИ для детей в России недооценивается.

В первую очередь, СМИ для детей имеют несомненный образовательный потенциал. Сегодня в средствах массовой информации наблюдается нехватка аналитических и исторических материалов, критических отзывов, а также социально-важных тем. Со времен распада СССР сфера политики перестала быть неотъемлемой частью контента для детей, что негативно

отражается на восприятии мира ребенком. Так, имея огромный образовательный потенциал, СМИ для детей могли бы давать своей аудитории новые знания в различных сферах жизни, подготавливать подрастающее поколение к вступлению во взрослое общество, учить формировать и отстаивать личное мнение по тому или иному вопросу, а также фильтровать постоянно поступающую информацию.

Во-вторых, детские СМИ обладают потенциалом в сфере воспитания детей. Стоит понимать, что сегодня влияние СМИ на подрастающую аудиторию настолько велико, что зачастую оказывается выше, чем авторитет родителей. Именно поэтому дети легко калькируют отрицательные поступки персонажей, например, популярных телесериалов, их внешность, поведение, даже манеру говорения, в том числе употребление нецензурной лексики. Имея мощный воспитательный потенциал, СМИ для детей должны обсуждать и критиковать отрицательные действия героев, признавать аморальные поступки недопустимыми. Помимо этого, детские средства массовой информации способны воспитывать патриотизм, любовь к родителям, чтению и здоровому образу жизни, прививать морально нравственные нормы, принятые в цивилизованном обществе. Важной задачей СМИ является обсуждение с подрастающим поколением таких проблем, как алкоголизм, наркомания, домашнее насилие и др. Также СМИ могут развивать в детях индивидуальные черты их характера (например, доброту или строгость), творческие способности, а также профессиональные качества.

Безусловно, образовательно-воспитательная функция детских СМИ является приоритетной, но не стоит забывать и о возможностях развлекательного потенциала. Игровая форма способна обеспечивать сплочение ребенка с родителями или сверстниками. Правильное использование развлекательного контента в СМИ для детей может прививать аудитории мотивацию к обучению, а также такое качество, как конкурентоспособность.

Также важной задачей развлекательных СМИ для детей является обеспечение для ребенка безопасного и интересного времяпровождения.

Таким образом, СМИ для детей обладают образовательным, воспитательным и развлекательно-рекреационным потенциалом, но не используют данные возможности в полной мере. Сегодня в журналистике для детей наблюдается преобладание развлекательного контента и утрата воспитательно-образовательной функции, что негативно влияет на общем развитии подрастающего поколения нашей страны. Для того чтобы детские СМИ в России вновь стали важным элементом образовательного процесса, их следует наполнять вышеперечисленными темами. Также необходимо налаживать обратную связь со своей целевой аудиторией.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, М.И. СМИ: стратегия действий в интересах детей. [Электронный ресурс] / Сайт электронного научного журнала «Медиаскоп». — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/2086>. (Дата обращения: 10.04.2021 г.)
2. Анпилогова, Л.В. Обучение студентов-журналистов профессиональному общению / Л. В. Анпилогова // Педагогика. — 2003. — №3. — 71-76 с.
3. Ахмадулин, Е.В. История отечественной журналистики XX века: учебное пособие / Е. В. Ахмадулин, Р. П. Овсепян. — Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. — 416 с.
4. Бабицкий, Ф. Здравствуйте, учитель! / Ф. Бабицкий // Журналист. — 2003. — №9. — С. 61-62.
5. Бендерский, В.В. История отечественных средств массовой информации: Учебное пособие / В.В. Бендерский, В.Л. Хмылев. — Томск: Изд-во ТПУ, 2006. — 150 с.
6. Блюх, Е.А. О возрастающей роли медиаобразования при работе с детскими СМИ [Электронный ресурс] / Сайт электронного научного журнала «Медиаскоп». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-vozzrastayuschey-rol-i-mediaobrazovaniya-pri-rabote-s-detskimi-smi>. (Дата обращения: 06.04.2021 г.).
7. Блюх, Е.А. Развитие медиакомпетенций детей и подростков посредством телевидения [Электронный ресурс] / Сайт российской научной библиотеки «КиберЛенинка». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-mediakompetentsiy-detey-i-podrostkov-posredstvom-televideniya>. (Дата обращения: 05.05.2021 г.).
8. Вартанова, Е.Л. Телевидение для детей в России. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт. Отраслевой доклад [Электронный ресурс] / Сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. — Режим доступа:

http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2013/tv_for_children.html.

(Дата обращения: 10.02.2021 г.).

9. Ветрова, Е. Топ-8 радио для детей [Электронный ресурс] / Сайт онлайн-журнала «Chips Journal». — Режим доступа: <https://chips-journal.ru/reviews/detskie-radiostanzii>. (Дата обращения: 17.02.2021 г.).

10. Вещание [Электронный ресурс] / «Детское радио». — Режим доступа: <https://www.deti.fm/broadcasting>. (Дата обращения: 17.02.2021 г.).

11. Годик, Ю.О. Угрозы и риски безопасности детской и подростковой аудитории новых медиа [Электронный ресурс] / Сайт электронного научного журнала «Медиаскоп». — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/841>. (Дата обращения: 23.04.2021 г.).

12. Годик, Ю.О. Цифровое поколение и новые медиа [Электронный ресурс] / Сайт электронного научного журнала «Медиаскоп». — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/838>. (Дата обращения: 20.04.2021 г.).

13. Денисович, Т.Е. Педагогическая журналистика: учебное пособие / Т.Е. Денисович. — М.: ФОРУМ, 2009. — 144 с.

14. Детский мир – программа передач – Москва [Электронный ресурс] / Сайт телеканала «Детский мир». — Режим доступа: <https://tv.mail.ru/moskva/channel/2311/>. (Дата обращения: 10.05.2021 г.).

15. Детское радио [Электронный ресурс] / Сайт свободной энциклопедии «Википедия». — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. (Дата обращения: 10.05.2021 г.).

16. Дитрих, Г.С. Чиж / Г.С. Дитрих. — Ленинград: государственное издательство, 1930. — №4. — 19 с.

17. Доржиева, Л.Б. Интеграция школьных детско-взрослых сообществ и школьных СМИ как фактор преобразования детской прессы в социальный институт воспитания и образования [Электронный ресурс] / Сайт российской научной библиотеки «КиберЛенинка». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-shkolnyh-detsko-vzroslyh-soobschestv-i->

[shkolnyh-smi-kak-faktor-preobrazovaniya-detskoy-pressy-v-sotsialnyy-institut-1.](#)

(Дата обращения: 10.05.2021 г.).

18. Есин, Б. И. Триста лет отечественной журналистики (1702-2002) / Б.И. Есин, И.В. Кузнецов. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002. — 224 с.

19. Есин, Б.И. История русской журналистики (1703-1917) / Б. И. Есин. — М.: Флинта: Наука, 2000. — 370 с.

20. Западов, А.В. История русской журналистики XVIII-XIX веков / А.В. Западов. — 3-е изд.— М.: Изд-во «Высшая школа», 1973. — 521 с.

21. Засурский, Я.Н. История отечественной журналистики (вторая половина 80-х годов XX века): хрестоматия / Я. Н. Засурский. — М.: МГУ, 2009. — 400 с.

22. Ишимова, А.О. Звездочка / А. О. Ишимова. — СПб.: в тип. Императорской Академии Наук, 1842. — №1 (1). — 112 с.

23. Как детская аудитория в России смотрела ТВ в 2019 году [Электронный ресурс] / Сайт медийного портала «Рамблер». — Режим доступа: <https://news.rambler.ru/other/43680392-kak-detskaya-auditoriya-v-rossii-smotrela-tv-v-2019-godu/>. (Дата обращения: 20.04.2021 г.).

24. Карякина, К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента [Электронный ресурс] / Сайт электронного научного журнала «Медиаскоп». — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>. (Дата обращения: 15.03.2021 г.).

25. Катасонова, О. Легенды радио. Александра Музыря [Электронный ресурс] / Сайт радио «Моховая, 9», О. Катасонова [и др.] — Режим доступа: http://radio_mohovaya9.tilda.ws/muzyrya. (Дата обращения: 15.04.2021 г.).

26. Князева, М. Что может предложить журналистика детям, воспитанным гаджетами [Электронный ресурс] / Сайт журнала «Журналист». — Режим доступа: <https://jrnlst.ru/childrens-mag>. (Дата обращения: 15.03.2021 г.).

27. Когатько, А.Г. История отечественного телевидения для детей [Электронный ресурс] / Сайт российской научной библиотеки «КиберЛенинка». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya>

- [otechestvennogo-televideniya-dlya-detey-na-primere-programm-dlya-doshkolnikov-mladshih-i-srednih-shkolnikov-2/viewer](#). (Дата обращения: 23.02.2021 г.).
28. Козлова, М.М. История отечественных средств массовой информации: Учебное пособие / М.М. Козлова. — Ульяновск: УлГТУ, 2000. — 104 с.
29. Колесова, Л.Н. Детские журналы Советской России (1917-1977) / Л.Н. Колесова. — Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2009. — 369 с.
30. Коновалова, Ц. Письма дошкольников / Ц. Коновалова // Говорит СССР. — 1934. — № 11. — С. 27.
31. Костюченко, Е.Г. Нам здесь жить. Часть II [Электронный ресурс] / Сайт общественно-политического издания «Новая газета». — Режим доступа: <https://novayagazeta.ru/articles/2010/12/06/373-nam-zdes-zhit-chast-ii>. (Дата обращения: 20.04.2021 г.).
32. Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики: учебное пособие / И. В. Кузнецов. — М.: Флинта: Наука, 2002. — 640 с.
33. Лапин, С.Г. Радиовещание [Электронный ресурс] / Сайт «Большой советской энциклопедии». — Режим доступа: <https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/094/900.htm>. (Дата обращения: 19.02.2021 г.).
34. Лебедева, Т.В. Утрата традиций в социальных медиа для детей и ее результаты [Электронный ресурс] / Сайт российской научной библиотеки «КиберЛенинка». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/utrata-traditsiy-v-sotsialnyh-media-dlya-detey-i-eyo-rezultaty>. (Дата обращения: 25.04.2021 г.).
35. Махонина, С.Я. История русской журналистики начала XX века: Учебное пособие / С. Я. Махонина. — 3-е изд. — М.: Флинта: Наука, 2004. — 240 с.
36. Минаева, О.Д. История отечественной журналистики (1917-1945): учебное пособие для вузов / О. Д. Минаева. — М.: Аспект Пресс, 2018. — 256 с.
37. Моисеев, С.Н. Проблемы детской периодики обсудили на заседании экспертного совета по региональным печатным СМИ в Курске [Электронный

- ресурс] / Сайт журнала «Журналист». — Режим доступа: <https://jrnlst.ru/childrens-media>. (Дата обращения: 17.02.2021 г.).
38. Налитова, Н. Главный принцип — не навредить: как делать медиа для детей и подростков. Опыт «Ньюм» [Электронный ресурс]. / Сайт журнала «Журналист». — Режим доступа: <https://jrnlst.ru/newm>. (Дата обращения: 5.05.2021 г.).
39. Неверов, А. Николай Новиков [Электронный ресурс] / Сайт «24 СМИ». — Режим доступа: <https://24smi.org/celebrity/75081-nikolai-novikov.html>. (Дата обращения: 10.02.2021 г.).
40. Никитушин, А. Лев Елин: пресса должна быть товаром [Электронный ресурс] / Сайт журнала «Журналист». — Режим доступа: <https://jrnlst.ru/lev-elin>. (Дата обращения: 05.05.2021 г.).
41. Николаева, Е.И. Психология детского творчества / Е.И. Николаева. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2010. — 240 с.
42. Новиков, Н.И. Детское чтение для сердца и разума / Н. И. Новиков. — М: В университетской типографии у Н.И. Новикова, 1785. — № 1. — 208 с.
43. Новиков, Н.И. Детское чтение для сердца и разума / Н. И. Новиков. — М: В университетской типографии у Н.И. Новикова, 1789. — № 17. — 208 с.
44. О нас [Электронный ресурс] / Сайт ежемесячного журнала русской, советской и современной литературы для детей «Детское чтение для сердца и разума». — Режим доступа: <https://detskoe-chtenie.ru/about/>. (Дата обращения: 17.03.2021 г.).
45. Об издательстве [Электронный ресурс] / Сайт издательского дома «Лев». — Режим доступа: <https://www.leobooks.ru/about/>. (Дата обращения: 06.05.2021 г.).
46. Первое детское радио не для взрослых [Электронный ресурс] / «RadioKids.FM». — Режим доступа: <https://radiokids.fm/about/>. (Дата обращения: 05.02.2021 г.).

47. Пинчук, О.В. Дети и подростки в Интернете: медийные практики, педагогический аспект, Медиаобразование [Электронный ресурс] / Сайт российской научной библиотеки «КиберЛенинка». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/deti-i-podrostki-v-internete-mediynye-praktiki-pedagogicheskiy-aspekt-mediaobrazovanie>. (Дата обращения: 13.04.2021 г.).
48. Пинчук, О.В. Трансформация жанров детских радиопередач: от советского вещания к современному интернет-радио. [Электронный ресурс] / Сайт российской научной библиотеки «КиберЛенинка». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-zhanrov-detskih-radioperedach-ot-sovetskogo-veschaniya-k-sovremennomu-internet-radio>. (Дата обращения: 23.04.2021 г.).
49. Презентация и проект «История детских журналов» [Электронный ресурс] / Сайт «Инфоурок». — Режим доступа: (<https://infourok.ru/prezentaciya-i-proekt-istoriya-detskih-zhurnalov-1212093.html>). (Дата обращения: 10.03.2021 г.).
50. Программа передач [Электронный ресурс] / «Старое радио». — Режим доступа: <http://www.staroradio.ru/program>. (Дата обращения: 20.03.2021 г.).
51. Программы передач для городов европейской части России [Электронный ресурс] / «Детское радио». — Режим доступа: <https://www.deti.fm/schedule>. (Дата обращения: 20.03.2021 г.).
52. Радио: основные показатели аудитории в 2015 году [Электронный ресурс] / Сайт онлайн-журнала «Adindex.ru». — Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/analytics/channels/2016/09/12/136397.phtml>. (Дата обращения: 20.03.2021 г.).
53. Реклама в Like. Новые возможности для взаимодействия с молодой аудиторией [Электронный ресурс] / сайт «Vc.ru». — Режим доступа: (<https://vc.ru/social/71576-reklama-v-like-novye-vozmozhnosti-dlya-vzaimodeystviya-s-molodoy-auditoriey>). (Дата обращения: 16.03.2021 г.).

54. Российская аудитория TikTok составляет 8 млн человек в месяц. [Электронный ресурс] / Сайт «Adindex.ru». — Режим доступа: (<https://adindex.ru/news/digital/2019/05/27/272427.phtml>). (Дата обращения: 16.03.2021 г.).
55. Сац, Н.И. Радиопередачи для детей / Н.И. Сац // Радиолобитель. — 1925. — № 17-18. — С. 352.
56. Сигов, В.К. Детская литература: учебник для среднего профессионального образования / В.К. Сигов [и др.]. — Москва: изд. Юрайт, 2019. — 532 с.
57. Смирнов, Н.И. Мурзилка / Н.И. Смирнов. — М.: Рабочая газета, 1924. — №2. — 32 с.
58. Соколова, Э. С. Дети и детские организации России в XX веке. История и современность глазами социологов / Э.С. Соколова, Н.И. Федорова. — М.: Пед. Общество России, 2007. — 256 с.
59. Сомов, В.А. Советский радиофронт: радио и воспитание патриотизма в СССР 1930-х годов [Электронный ресурс] / Сайт «Соционауки». — Режим доступа: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/395120/>. (Дата обращения: 15.02.2021 г.).
60. Стариков, В. «Радиооктябренок» в школе / В. Стариков // Говорит СССР. — 1931. — № 7. — С. 5.
61. Телевидение детям [Электронный ресурс] / Сайт сервера «Проза.ру». — Режим доступа: <https://proza.ru/2018/09/28/707>. (Дата обращения: 16.03.2021 г.).
62. Тихонова, О.В. Радио: начало истории. К 120-летию: Сб. науч. ст. / О. В. Тихонова [и др.]. — М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. — 214 с.
63. Толоконникова, А.В. Дети и Интернет: проблемы и гарантии информационной безопасности [Электронный ресурс] / Сайт электронного научного журнала «Медиаскоп». — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1766>. (Дата обращения: 13.04.2021 г.).

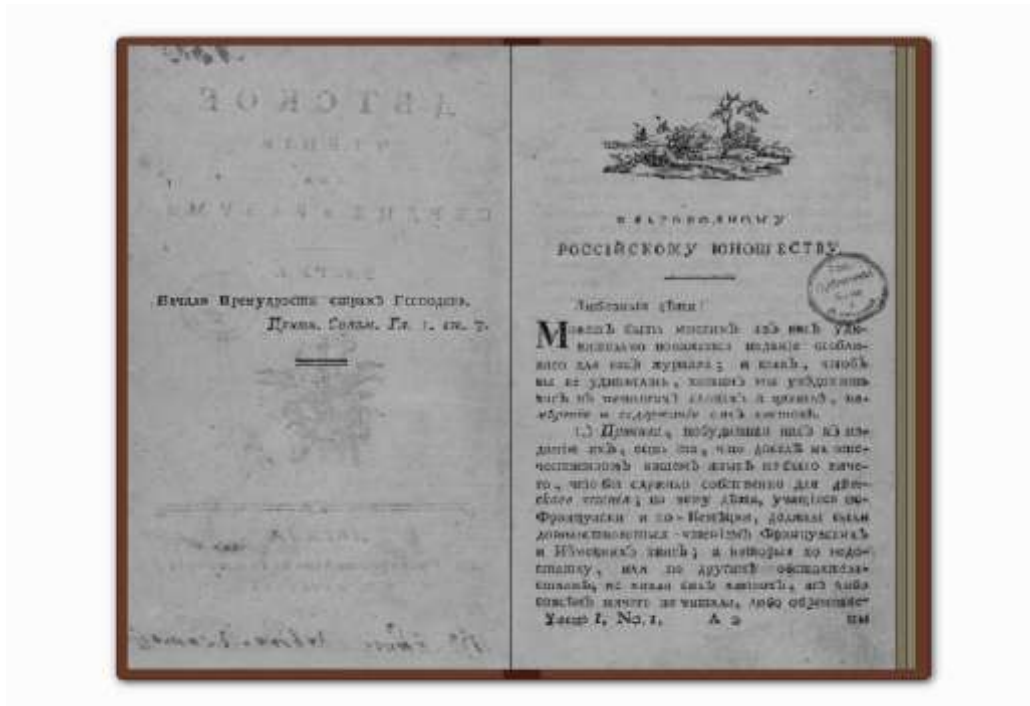
64. Ходорыч, А.В. Открытое письмо Леониду Левину: «Без увеличения поддержки детские печатные СМИ могут вообще исчезнуть» [Электронный ресурс] / Сайт журнала «Журналист». — Режим доступа: <https://jrnlst.ru/support-children-media>. (Дата обращения: 06.04.2021 г.).
65. Хомякова, Н.С. Возможности влияния СМИ на воспитание и социализацию школьника [Электронный ресурс] / Сайт российской научной библиотеки «КиберЛенинка». — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-vliyaniya-smi-na-voospitanie-i-sotsializatsiyu-shkolnika>. (Дата обращения: 10.03.2021 г.).
66. Чуковский, К.И. Писатели о радио / К.И. Чуковский // Говорит СССР. — 1934. — № 19. — С. 40-41.
67. Эволюция детских журналов в России за 200 лет [Электронный ресурс] / Сайт «LiveJournal». — Режим доступа: (<https://leon-rumata.livejournal.com/4488212.html>). (Дата обращения: 22.02.2021 г.).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1

Журнал «Детское чтение для сердца и разума» №1, 1785 г.

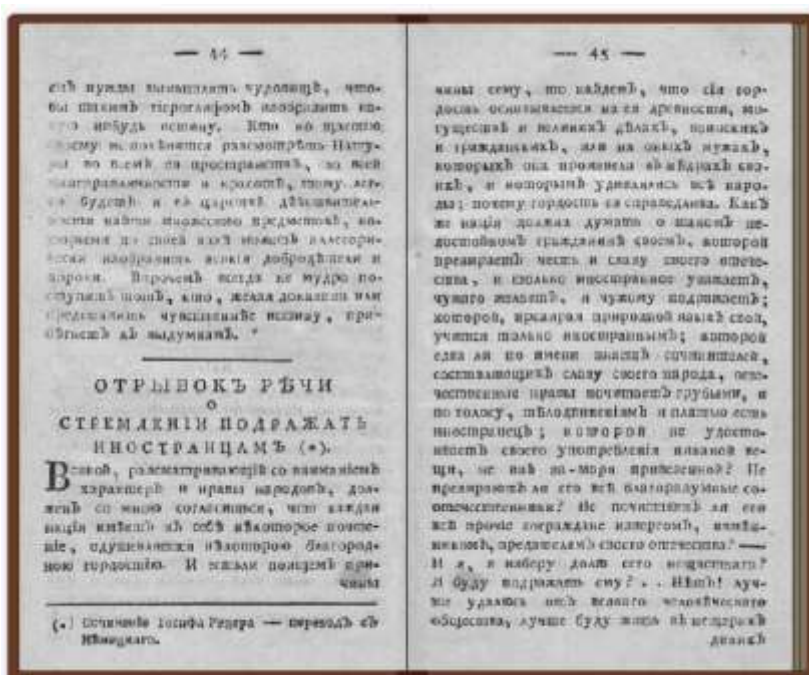
Страницы 2-3

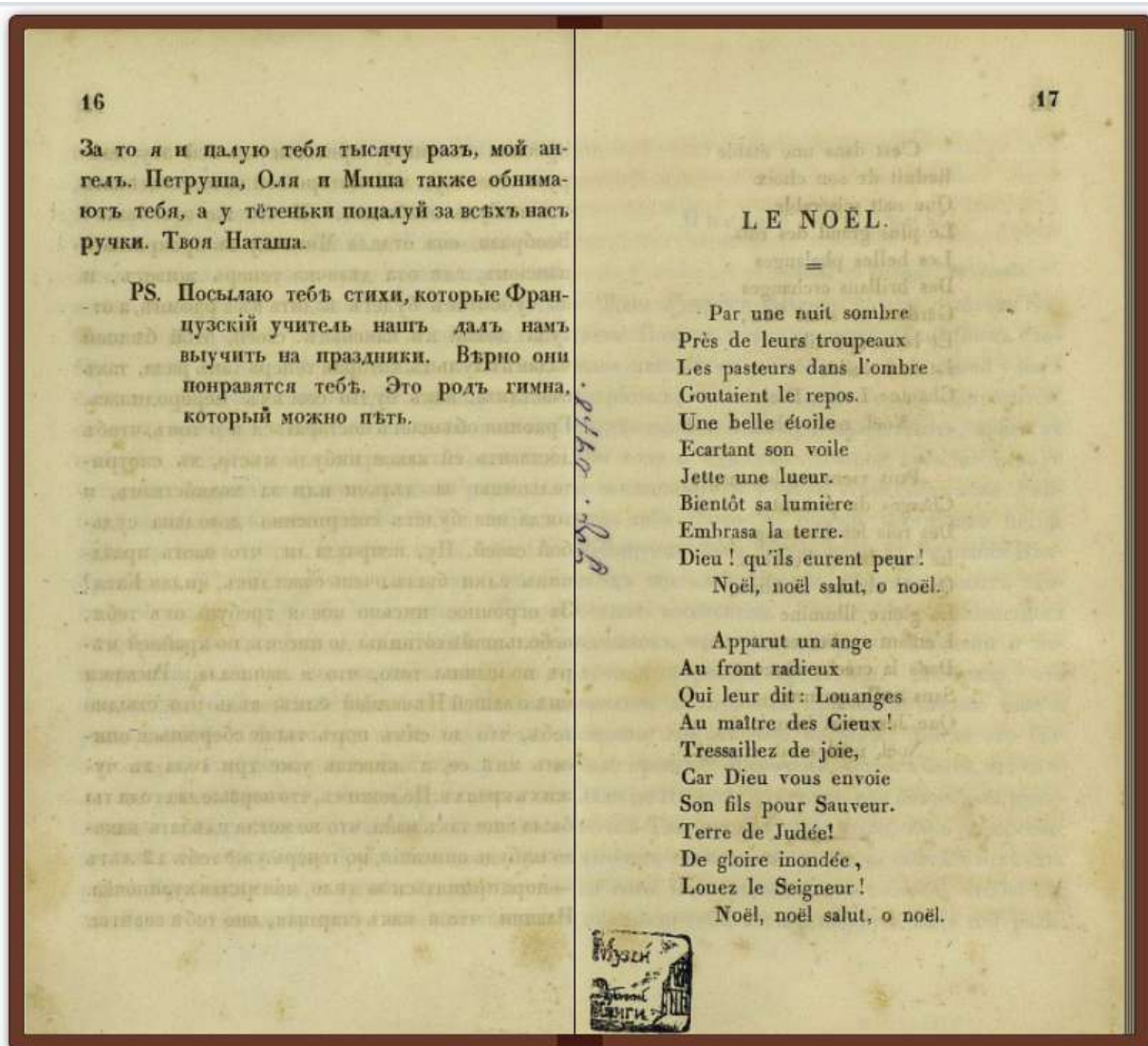


Приложение №2

Журнал «Детское чтение для сердца и разума» №17, 1789 г.

Страницы 44-45





Приложение №4

Журнал «Мурзилка» №2, 1924 г.

Обложка



КАК Я УЗНАЛ ИМЯ ЛЕНИН

Я — монгол, живу всегда в Тибете. Это горная страна недалеко от Индии.

В 1920 году я поехал в Индию к одному своему другу. Мой друг жил недалеко от города Нальютты в деревне Сетаар.

Одним из друзей я поехал к одному своему другу. Мой друг жил недалеко от города Нальютты в деревне Сетаар. Одни из друзей я поехал к одному своему другу. Мой друг жил недалеко от города Нальютты в деревне Сетаар.

— Что это? — спрашиваю я товарища.

— Праздник, — отвечает он, — народ слышит на гуденье в поле.

— Погудят и мы с ними.

Сели мы на слона и поехали. Отъехали от деревни километра три. Смотрю — впереди нас движется еще одна толпа. Кто идет пешком, кто идет на слонах. В этой толпе я насчитал до тридцати слонов.

Мы подъехали ближе.

И вот я вижу среди слонов одного, особенно разукрашенного. На спине у него — великолепная палатка, все убранное разноцветными ленточками и материей. Перед палаткой — человек, который гремит слонами. Он одет в тигровый мех. По бокам идут четыре индуса. В руках у них — веера с красными украшениями.

В этой палатке стояла статуя человека. На материи палатки были одними из индийских бубнов. Что это за статуя?



2

— Скажи мне, что написано на палатке? — спросил я товарища.

— Так написано: „Наш отец“.

Я не понял, что это значит, но расспрашивать товарища было некогда: мы подъехали к огромному чистому полю, окруженному со всех сторон высокими деревьями. По полю толпились люди.

Когда подошел передний слон со статуей, его встретили музыкой и песнями. Все кричало что-то непонятное. Над толпой вились палатки. В воздухе закружились бумажные змеи на тонких нитках. На змеях то же надпись, что и на палатке со статуей.

Когда слон вышел на середину поля, люди стали бросать ему под ноги цветы, лезть, кричать и танцевать вокруг него.

— Что это за статуя? — думаю я.

И вдруг весь народ на поле закричал:

— Да здравствует Ленин!

Так я впервые услышал это имя.

Это была статуя Ленина.

В те дни я не знал еще, кто такой Ленин. Теперь я понимаю, почему радовались индусы, почему они бросали цветы, лезли, кричали.

Они приветствовали Ленина, пролетарского вождя, освободителя угнетенных народов всего мира.

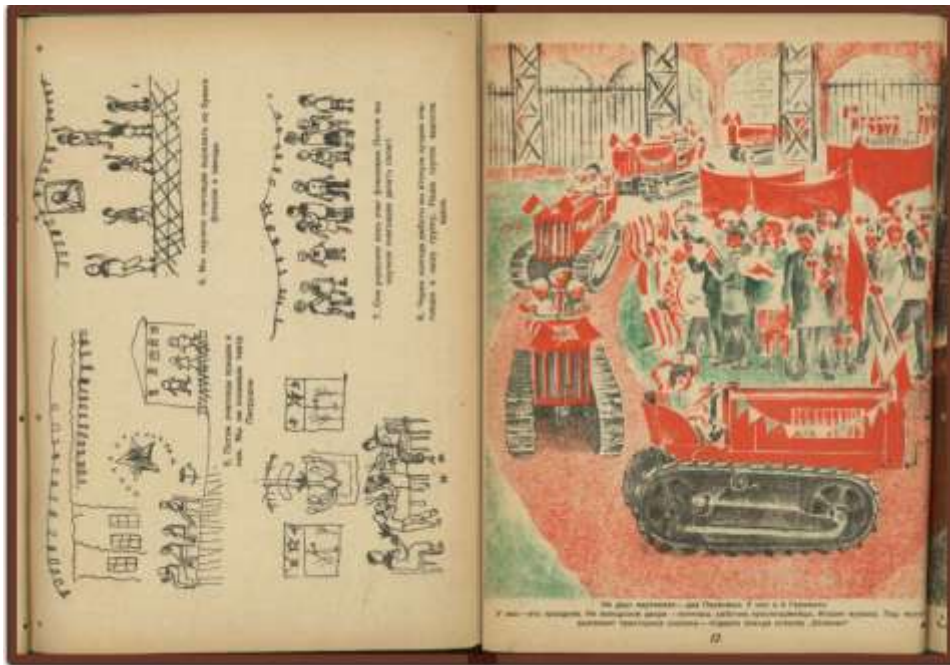


3

Приложение №6

Журнал «Чиж» №4, 1930 г.

Страницы 11-12



Приложение №7

Журнал «Чиж» №4, 1930 г.

Страницы 13-14



Приложение №8 (на диске)

Радиопрограмма «Пионерская зорька», запись 1970-х гг.

Приложение №9 (на диске)

Телепрограмма «Умелые руки», запись 1970-х гг.

Приложение №10 (на диске)

Телепрограмма «Спокойной ночи, малыши», запись 1964 г.

Приложение №11

Телепрограмма «Звездный час», запись 1993 г.