

дать кандидат на выборах, – обаяние. Личное обаяние может быть заменено только обаянием богатства. Даже талант и гений не составляют серьезных условий успеха. Самое главное – это обаяние, т.е. возможность предстать перед избирателями, не возбуждая никаких оспариваний. Если избиратели, большинство которых состоит из рабочих и крестьян, так редко выбирают представителей из своей среды, то лишь потому что люди, вышедшие из их рядов, не имеют для них никакого обаяния. Избиратель хочет также, чтобы льстили его тщеславию и угождали его вожделениям. Чтобы на него подействовать, надо осыпать его самой нелепой лестью и, не стесняясь, давать ему самые фантастические обещания.

Таким образом, книга Гюстава Лебона является не только полезным и интересным пособием для изучения психологии масс, но и своеобразным материалом для изучения некоторых аспектов медиаграмотности. Так для потребителей продукции СМИ она открывает завесу тайны «зомбирующего ящика», а для журналистов является своеобразным «ключом» к пониманию массы. Кроме того, это произведение основателя социальной психологии, написанное в 1895 году, по сей день является актуальным для политиков и политологов, общественных деятелей, юристов, психологов и, конечно, журналистов. Значение этой книги трудно переоценить. Во всяком случае, она станет отличной базой для дальнейшего изучения социальной психологии, играющую значительную роль в профессиональной деятельности журналистов.

Р. О. Климова

ТИПОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ДЕТСКОЙ ПЕРИОДИКИ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ, ИЗДАЮЩЕЙСЯ ПРИ ДОМАХ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА

Детская журналистика включает в себя газеты, журналы, теле- и радиопередачи, предназначенные для детей и создаваемые самими детьми. Детские СМИ сегодня – это «самостоятельный компонент общей системы СМИ»¹. Специфика детской журналистики заключается в четко выраженной ориентации на детскую аудиторию и в использовании присущих только ей «приёмов отображения действительности, собственных выразительных средств, форм, способов контакта с аудиторией»².

Детская журналистика в отличие от взрослой начиналась с журнала. Первым детским журналом в мире стал «Лейпцигский еженедельный листок» (1772-1774), издававшийся в Германии. Первая газета для детей появится лишь в шестидесятых годах XIX века и будет названа «Газета для русских детей». Эта газета появилась благодаря С.П. Буряшевой, редактору журнала «Калейдоскоп». Она решила сделать в детской журналистике то, что до нее никто не делал: приблизить свое издание к жизни, «осовременить его, дать отклик на происходящие события»³. Одно только это обстоятельство предьявило неперемное условие — выпускать журнал не раз в месяц, как обычно, а значительно чаще. Затем последовали и другие изменения: объем издания уменьшался, упразднялись некоторые жанры, привычные для альманаха, трансформировался облик журнала. Так детский журнал прекратил свое существование, а на свет появилась газета для детей. Следующая детская газета в России появилась лишь после 1905 года. К этому времени отечественная периодика для детей претерпела большие изменения: она получила широкое распространение по всей стране; некоторые издания выходили уже на протяжении десятилетий, достаточно надежно отладив весь редакционно-издательский механизм; все чаще и чаще в журналах стали принимать участие писатели, педагоги. Но главное заключалось в другом — изменилось время! Под натиском революционной борьбы пролетариата постепенно многое начинает пересматриваться и в тематике детских журналов.

На их страницы приходит социальный очерк о жизни бедных слоев населения, о положении маленьких рабочих на заводах Петербурга, Москвы, о неурожаях и голоде в различных губерниях. Юный читатель начинает встречать публикации о последних политических событиях, комментариев к ним. В новых условиях возникают газетка для детей «Что нового» (М., 1908), «Детская газета» (СПб., 1908), «Детская газета» (М., 1910). Они всем своим содержанием говорили о том, что у них имеется свой читатель, что они располагают многими неоспоримыми преимуществами перед журналом. В этом отношении весьма показателен опыт «Газетки для детей и юношества», чрезвычайно популярной в России. Она выходила в Москве с 1910 по 1915 год и сыграла заметную роль в формировании нового типа периодического издания. «Чтение газет детьми даже младшего возраста стало обычным явлением, к которому все привыкли, — отмечал А. Колмогоров. — Даже руководители лучших журналов для детского чтения и те называют чтение газет детьми явлением нормальным и даже отсылают к ним детей»⁴.

Газеты для детей играли важную роль в советскую эпоху. Они были частью политического воспитания детей, руководителями пионерского движения, выразителями настроений пионеров и комсомольцев. Но пионерские газеты взяли многое у своих предшественниц — периодичность выхода, размер полосы, принцип оформления и т. д. «Эти завоевания старой русской журналистики для детей использованы и развиты пионерскими газетами и журналами»⁵. «Пионерская правда» — одна из крупнейших по тиражу газет в мире: десять миллионов советских школьников два раза в неделю получали ее в различных уголках страны. Кроме центральных газет стали появляться и региональные издания. На Южном Урале первые газеты для детей появились в начале тридцатых годов. С 1932 года горком комсомола Челябинска совместно с городским отделом образования выпускал газету для пионеров и школьников «Ленинские искры». Иллюстрированный художественный детский альманах «Уральские огоньки» издавался Челябинским областным книжным издательством с 1948 по 1959 годы, в нем печатались литературные произведения профессиональных авторов и детские работы, популяризаторские статьи и очерки, краеведческие материалы. Рубрики: «В родном краю», «Для маленьких», «В часы досуга», «Детское творчество», «Книжная полка». Среди авторов этого альманаха уральские писатели, публицисты, краеведы: Л.Татьяничева, М. Гроссман, М. Аноскин, В. Гравишкис, Б. Рябнин, В. Старцев, В. Бирюков, А. Шмаков. Всего вышло 11 выпусков «Уральских огоньков». Но самыми плодотворными и интересными для детской печати стали 90-е годы XX века. В 1992 году выходила вставка «Светлячок» в газету «Челябинский рабочий» под редакцией Е. Г. Ховива; в 1994-96 гг. под его же редакцией выпускалась детская вставка в газету «Хроника», так и называвшаяся «Газетка». У нее был поэтический девиз: «Название это и точно, и метко: взрослым — газета, детям — газетка»⁶. А в 1997 г. при Дворце культуры ЧТЗ появилась детская литературная студия «Пегасик», в этом же году при ней возникло детское приложение к газете «Челябинский трактор», названное «Стреляный воробей». «В этот же период стали выходить детские газеты «Перизки» (с четвертого номера над названием «Баста»), «Пестрый мир» (город Аша), «ШОК» (город Еманжелинск), чье название также расшифровывалось как «Школьным оком». В Челябинской области с 1992 года ежегодно проводятся областные фестивали детской прессы «Журналина»⁷. Подсчитать выходящие сегодня детские издания не представляется возможным: почти все гимназии, колледжи, лицеи имеют свои печатные неперидические издания. «В журналисты идут люди амбициозные, сильные, но ежели туда идут дети, значит они явно идут туда, потому что ничего другого более лучшего не видят»⁸. Любовь к журналистике детям не прививают. Так почему они предпочитают детскую редакцию другим более популярным у подростков занятиям? В-первую очередь ребенок хочет показать свою индивидуальность, а уже потом выражать мысли. Делая такой шаг, подросток старается продемонстрировать свою взрослость и независимость.

Для ребят газета – это поле, где они могут выразить свои амбиции, а не показать талант, это поле, где можно быть свободным и взрослым. Начав писать в детскую газету, ребенок проводит самоанализ, учится воспринимать критику и видеть мир в действительности. Отсюда можно сделать вывод, что в детской журналистике трудятся личности незаурядные, творческие, эмоциональные и амбициозные.

Сегодня Челябинская область имеет огромное количество детских изданий, что говорит о бурном развитии не только взрослой, но и детской журналистики. Особую группу составляют газеты, выходящие при Домах Детского Творчества. Они отражают не только внутренний мир ребенка, его мысли, но и показывают развитие молодежи в данной местности в целом. В области мы выявили 18 детских газет, которые выходят при ДДТ. Мы проанализировали их внешний вид, заголовочный комплекс, тираж и пришли к следующим выводам:

1. Из восемнадцати изданий лишь пять из них имеют формат А3, остальные придерживаются классического для детской прессы А4. Причем формат А3 имеют те газеты, в которых главный редактор окончил факультет журналистики. Например, газета «ШОК»⁹. С чем это связано? Прежде всего, с тем, что многие редакторы просто не владеют профессиональными программами для верстки и поэтому создают газету в обычном Publisher. Также, формат А4 удобнее для печати.

2. Дизайн для верстки выбирается обычно простой и обычно не детьми, а взрослыми. Нет никаких сложностей. Инфографика встречается крайне редко. Единственное чего можно найти в обилие: это текст в рамках. Незатейливое, однотипное расположение текстов связано, скорее, с незнанием программ, чем с нехваткой фантазии.

3. Большинство газет имеют своими названиями аббревиатуры. Например, «БУМ»¹⁰ («Будни усть-катавской молодежи»), «ШОК» («Школьным оком») и др. Следующая группа – это названия с включением иностранных слов: «VIS-A-VIS»¹¹ (лицом к друг другу), «Кузюки-next»¹² и т. д. Следующая группа названий отражает эмоциональный мир подростка: «Настроешка»¹³, «Калейдоскоп»¹⁴, «Полосатая»¹⁵ и т. д. Газеты носят названия ДДТ, где выпускаются: «Факел»¹⁶ и «Радуга»¹⁷.

4. Все детские издания без исключения выходят раз в месяц. Такая редкая периодичность связана, в первую очередь, с бюджетом. Ведь детские газеты распространяются бесплатно и существуют на деньги местной администрации или спонсоров. Например, «Радуга» выпускается при поддержке рыбного завода «Океан» и поэтому позволяет себе цветное оформление. «Ламп@.ru»¹⁸, выиграв грант, в течение года выходила в цветном варианте. Тираж издания зависит от величины населенного пункта, в котором существует издание, и колеблется от ста до восьми тысяч экземпляров.

Итак, количество изданий подтверждает факт активного развития детской журналистики в Челябинской области. Среди существенных проблем современной региональной журналистики хотелось бы отметить нехватку профессиональных редакторов детских СМИ, а также низкое техническое воплощение интересных идей. Главный плюс подобных изданий – это формирование у подростков интереса к профессии журналиста. Если судить по региональной детской журналистике челябинской области, то из 145 ребят занимавшихся в детстве журналистикой 54 подростка поступают на факультеты журналистики. Из этих 54-х человек работают по специальности примерно 29 человек. Получается, что примерно 42% ребят, занимавшихся в детстве журналистикой, становятся профессиональными журналистами. Детская пресса формирует не только журналистов, но и постоянных читателей периодических изданий, которые необходимы для благополучного существования газет и журналов в будущем.

Получается, что юнкорское движение живо до сих пор. Газета развивается, их количество растет. Темпы, с которыми шагает детская журналистика, становятся уже заметны не только в газетах, но и в Интернете, на телевидении и радио.

Примечания

- ¹ Руденко И. А. Детская пресса // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. –1994. – № 3. – С. 18.
- ² Там же, С. 19.
- ³ Алексеева М.И. Советская детская журналистика 20-х гг. – М.: Университет, 1982. – С. 35
- ⁴ Гессен М. Совершенная строгость. — М.: Астрель: Corpus, 2011. – С. 5
- ⁵ Детская литература. Учебное пособие /под ред. Николаева С., Арзамашева И. Н., М.: Академия, 1997. – С. 123
- ⁶ Богатырева Ю. Н. Из истории создания печатной пионерской газеты (1922-1928 гг.). – Л., 1972. – С. 10
- ⁷ Мы – дети Журналины. – URL: <http://vk.com/journalina> (дата обращения: 01.05.12).
- ⁸ Психологическая культура журналиста. – URL: <http://www.bestreferat.ru/referat-87781.html> (дата обращения: 01.05.12).
- ⁹ ШОК. Молодежная газета Еманжелинска. – 2013. – № 7.
- ¹⁰ Будни Усть-катавской Молодежи. Детская газета Усть-Катава. – 2010. – № 9.
- ¹¹ VIS-A-VIS. Детско-юношеская газета Катав-Ивановского муниципального района. – 2010. – № 7.
- ¹² Кузюки-next. Молодежная газета Златоуста. – 2010 № 4.
- ¹³ НАСТРОЕШКА. Детская газета Увельского района. – 2006. – №10.
- ¹⁴ Калейдоскоп. Газета школьников нязепетровского района. – 2010. – № 1.
- ¹⁵ ПОЛОСАТАЯ. Копейская городская молодежная газета. – 2010. – № 2.
- ¹⁶ Факел. Газета школьников и для школьников п. Красногорского. – 2010. – № 5.
- ¹⁷ Радуга. Коелгинская детско-юношеская газета. – 2010. – № 52.
- ¹⁸ Ламп@. Газета городского совета старшекласников озерского городского округа. – № 20. – 2010.

М. С. Левина

ТВОРЧЕСКАЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ КАК ДОМИНАНТА В АВТОРСКИХ ТЕЛЕПРОЕКТАХ

«Каждый, кто приходит на практику на телевидение, уже на второй день задумывается о собственном авторском проекте», – сказал на одном из учебных занятий главный редактор информационного вещания челябинского телеканала «Восточный экспресс» Александр Юрин.

Что такое авторский проект? Какими бывают авторские проекты? Какова роль автора в создании и реализации проекта? Эти и другие вопросы явились проблемным полем нашего исследования.

Стоит отметить, что авторской может являться далеко не каждая программа. На наш взгляд, свое авторство можно выразить только в аналитических и художественно-публицистических жанрах журналистики.

В своем исследовании мы постарались дать наиболее четкие определения в сфере авторского проекта, а также рассмотрели разноформатные программы культурного содержания на федеральном и региональном телевидении, а именно проект Аллы Сигаловой «Глаза в глаза» (канал «Культура»), Петра Шепотинника «Кинескоп» (канал «Культура») и челябинскую программу «АРТиФАКТ» Евгении Скрозниковой (31 канал). Данные проекты мы описали по выработанной схеме, а также провели сравнительный анализ изучаемых программ.