**Содержание**

стр.

Введение…………………………………………………………………………...3

[Глава 1. Пресса для детей как тип издания……………………………………...4](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496#_Toc184356312)

[1.1. Из истории детской журналистики………………………………………….4](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496#_Toc184356313)

[1.2. Типы факторов периодических изданий  для детей……………………...10](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496#_Toc184356314)

1.3. Социально-психологические функции изданий для детей………………14

[Глава 2.](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496#_Toc184356316) [Тенденции развития детской прессы в России………………………16](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496#_Toc184356317)

Глава 3.Проблемы детской и юношеской периодики…………………………20

[Заключение……………………………………………………………………….21](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496#_Toc184356319)

[Список литературы………………………………………………………………22](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496#_Toc184356320)

**Введение**

История русской журналистики является частью истории общества, развития культуры. В ней, как в зеркале, отражаются  все существенные сдви­ги, которые происходят в разных областях обществен­ной и политической жизни страны. В связи с этим можно говорить об актуальности нашего исследования.

Русская пресса для юного читателя в отличие от «взрослой» началась с журнала. Детская журналистика в нашей стране имеет богатую историю.

Проблематика детской и юношеской печати преследует цель приобщить ребят к культуре, духовному и нравственному образованию, этике, эстетике. На страницах журналов, адресованных юному читателю, поднимаются вопросы морали, разумного проведения досуга. Значительное место в детской и подростковой прессе отводится деловой информации.

Теоретической основой для работы над темой исследования явились труды отечественных исследователей: М.И. Алексеевой, М.И. Холмова, А.П. Гостомыслова, С.Г. Антоновой, И.Фомичевой и др.

Цель работы: Изучить становление периодической печати для детей и юношества в России и определить основные тенденции ее развития.

Цель исследования предполагала решение следующих конкретных задач:

1. Проанализировать историю развития детской периодической печати.

2. Определить факторы, функции периодических изданий для детей.

3. Рассмотреть особенности восприятия прессы детской аудиторией.

4. Указать тенденции развития детской прессы в России

**Глава 1. Пресса для детей как тип издания**

**1.1. История детской журналистики**

До середины XVII века детской литературы не существовало.

Первым детским журналом в мире стал «Лепцигский еженедельный листок» (1772-1774), издававшийся в Германии. Через три года специальное детское периодическое издание - «Детское чтение для сердца и разума» - стало выходить в России в Москве.

Условно в развитии отечественной детской журналистики можно выделить два периода: дореволюционный и послереволюционный.

1.До революции в России выходило большое количество детских журналов. Некоторые из них прекращали свое существование после первого же выпуска, другие издавались десятилетиями, сыграв заметную роль в воспитании подрастающего поколения. Эти журналы проводили в жизнь различные идейно-политические воззрения [3].

Основные черты, определяющие облик периодической печати для детей до революции:

В самом полном указателе  (работа Н.М.Лисовского) дается описание 71 детского журнала. Изучение мемуарной литературы позволяет расширить список детских периодических изданий  до 242 наименований.

В истории развития детской дореволюционной журналистики выделяется несколько периодов:

Первый период (1785 - 1860 годы) начался журналом выдающегося русского просветителя Н. И. Новикова «Детское чтение для сердца и разума».

Второй пе­риод  (1861 - 1894 годы) был буржуазно-демократическим.

Третий период (1895 - октябрь 1917 года) - про­летарский.

Политические и социальные перемены в обществе были решающими факторами, которые наложили спой отпеча­ток на характер детских изданий, на историю всей журнали­стики для юного читателя.

60-е годы XIX века  были временем огромных политических и социальных потрясений, вызванных дальнейшим разложением феодализма.

Суть перемен в детской журналистике после «великих ре­форм» заключалась в том, что перед нею выдвигалась задача, ранее не известная, - не просто служить «для сердца и ра­зума», а стать руководителем юношества, наставником в жиз­ни. Идея просветительства уступала место активному и дея­тельному формированию мировоззрения подрастающего поко­ления. Это соответствовало и педагогической переориентации, так как «из эпохи 60-х годов русская школа выходила сущест­венно обновленной».[[1]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn1" \o ")

Детская журналистика, чуткая к запро­сам современности, перестраивала свою работу, менялась по форме и содержанию, шла навстречу новому читателю.

Передовая критика считала необходимым воспитывать гражданственную позицию юных читателей на конкретных приме­рах, взятых из окружающей действительности.

Таким образом, на первый план выдвигалась не форма, а содержание журнала, точнее, их диалектическое взаимодействие. Тенденции развития самой журналистики подтверждают сказанное. Они четко обо­значились в различных по направле­ниям периодических изданий.

В этот же период постепенно набирали силу и иные журналы, рассчитанные на детей крестьянства и проле­тариата - основных слоев населения России. Демократические по духу, они воспитывали в своих читателях активное отноше­ние к жизни, стремились объяснить политическое и социальное устройство общества, объективно рассказать об окружающем мире, явлениях природы, научных открытиях. На фоне пышно расцветшего букета буржуазных изданий это направление в журналистике может показаться недостаточно выразительным. Но при более близком знакомстве с исторической ситуацией приходишь к выводу, что именно демократические журналы определяли лицо детской периодической печати, их голос со временем звучал все мощнее и увереннее [5].

Одним из первых таких изданий стал «Подснежник» (СПб., 1858 - 1862, В. Н. Майков). К сотрудничеству в жур­нале были привлечены Н.А.Некрасов, И. С. Тургенев, И. А. Гон­чаров.

«Подснежник» стоял близко к «Современнику» - самому передовому журналу того времени. Педагогические идеи, которые пропагандировали сотрудники «Современника», во многом определили характер детского журнала, сделали его не похожим ни на одно изда­ние.

К такому разряду явлений следует отнести и вы­ход «Ясной Поляны. Книжек для чтения» (1862) Л. Н. Толстого. Рассказы, загадки «Книжек для чтения» посвящены деревенской жизни, они развивают у ребен­ка практические навыки, сметку, гуманные чувства. Была введена  необычная  тогда рубрика - «Сочи­нения крестьянских детей».

Художественные по форме и содер­жанию, они открывали новые глубины таланта простого рус­ского народа и возможности создания авторского актива во­круг детских журналов.

Редакционно-издательская деятельность великого писателя получила высокую оценку современников. Н. Г. Чернышевский, например, отмечал: «Лучшая часть «Ясной Поляны» - издаю­щиеся при ней маленькие книжки для простонародного чтения, хорошо в них изложение. Оно совершенно просто; язык безыскуствен и понятен». [[3]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn3" \o ")

Большое значение журнала заклю­чалось еще и в том, что он выступил первооткрывателем жур­налистики для крестьянских детей. За ним позже последовали: «Читальня народной школы» (СПб., 1888 - 1915, Е. А. Сысоева, А. Н. Альмединген), «Книжка за книжкой» (СПб., 1899 - 1906, М.Н.Слепцова), «Солнышко» (СПб., 1905 - 1917, ред. Н. А. Альмединген).

На демократизации журналов для детей сказыва­лось их обращение к фольклору. Пословицы, поговорки, песни, загадки, потешки прививали ребенку любовь к народным традициям, быту простолюдинов, показывали богатство рус­ского   языка.

Реалистические мотивы многих произведений закономерно приводили к тому, что со страниц детских жур­налов настойчиво зазвучала тема социального неравенства лю­дей, положении трудящихся России.

В середине 90-х годов XIX века общество вступает в новую революционную эпоху [7].

В 1899 году в Петербурге начал выходить журнал для детей 12 - 15 лет «Юный читатель». Редакторы-издатели Е.П. Козакевич Стефановская и А.Я. Острогорская-Малкина публиковали репортажи о забастовках в России.

В 1905 году в журнале был помещен цикл очерков, посвященный деятелям русского революционного дви­жения – А.Н.Радищеву, К.Ф.Рылееву, декабристам. Большое место жур­нал отводил беллетристике, предваряя ее рас­ширенными аннотациями, приближая произведения к проис­ходящим в России событиям, находя параллели, проводя аналогии.

Начало ХХ века было отмечено интересом общества и искусства к детям, к миру детства как самодостаточной системе ценностей и образов.

Оживляется и интерес критики к детской литературе вообще, и ее особой области - детской периодике.

Чтобы представить основные идеи критики ХХ в. относительно детской периодики, необходимо рассмотреть наиболее показательные критико-теоретические работы трех авторитетных авторов того времени. Это - М.Н. Васильевский («Нужен ли детям детский журнал»), К.И. Чуковский («Матерям о детских журналах») и В. Зеленко («Нужны ли детские журналы?»).

Идеал журнала для детского чтения для М.Н. Васильевского выглядит следующим образом: «В журнале для детей недостаточно давать занимательный литературный материал, недостаточно помещать статьи крупных и известных писателей, недостаточно, наконец, являться отзывчивым на все вопросы.

Журнал для детей должен служить помощником школе и родителям; должен рядом статей вызывать в своих читателях осмысленное отношение к окружающей их жизни, развивать в них эстетический вкус и любознательность, направлять живые способности ребенка на верный путь доброй нравственности и полезного труда, воспитывать в детях любовь к родине и ко всему человечеству, наглядными примерами из истории и жизни замечательных людей подготовить детей и юношей к полезной деятельности и разумной семейной жизни, а научно-популярными сведениями расширять их умственный кругозор» [1].

Важной стороной взглядов М.Н. Васильевского на журнал для детского чтения является следующее определение: «…Детские журналы представляют собою совершенно самостоятельный и особый тип журналистики.

М.Н. Васильевский заявлял свою позицию и по конкретным вопросам детской журналистики, которые были актуальны в ХХ веке.

Во-первых, он считал, что журнал должен быть издан с учетом возраста аудитории: «…Каждый возраст имеет свои потребности и интересы. Для одного (ребенок 5 - 6 лет) чтение должно заменять и дополнять игрушку, для другого (12 лет) - быть умным и полезным развлечением, дополнять, а отчасти даже заменять школу [4].

Во-вторых, совершенно немыслимы в детском журнале политика и разные злобы дня, он должен откликаться на важнейшие события современной жизни, насколько они доступны пониманию юных читателей и могут их интересовать. При этом журнал должен давать не исчерпывающую информацию, а зарождать интерес к предмету, поэтому, в представлении М.Н.Васильевского, занимательность - условие детского журнала.

В-третьих, детский журнал не должен быть сухим и скучным, в нем обязательно наличие иллюстраций и отдела юмора и шуток».[[4]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn6" \o ")

Другой участник полемики о детской периодике ХХ в., известный в то время критик и сотрудник журнала «Новости детской литературы»  В. Зеленко, печатал в журналах статьи о руководстве детским чтением, работы по теории критики детской литературы, рецензии на книги и журналы для детей. В 1912 г. в журнале «Новости детской литературы» он напечатал ключевую статью по проблемам периодики для детей – «Нужны ли детские журналы?»

Чтобы определить, нужны ли детям детские журналы, В.Зеленко приводил данные общественного опроса, полученные «Петербургским обществом содействия дошкольному образованию». Из 3 000 опросных листов, разосланных юным читателям, вернулось 2 848. «Все высказавшиеся по вопросу, что они предпочитают - книгу или журнал, - 39% журнал ставят на первое место».

Известный журналист, литературный деятель, критик и, впоследствии, замечательный детский писатель К.И.Чуковский. Он - активный участник создания новой культуры начала ХХ в. К.И. Чуковский был лично знаком со многими мастерами культуры Серебряного века, участвовал в их проектах, в том числе, связанных с литературой для детей [13].

Своеобразие позиции К.И. Чуковского заключается в том, что он совершенно по-особому смотрит на ребенка и его мир. Отсюда и оригинальный взгляд на журнал для детского чтения. Ребенок «создает свой мир, свою логику и свою астрономию, и кто хочет говорить с детьми, должен проникнуть туда и поселиться там, дети живут в четвертом измерении, они в своем роде сумасшедшие, ибо твердые и устойчивые явления для них шатки, и зыбки, и текучи. Мир для них, воистину - творимая легенда».[[13]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn9" \o ")

Таким образом, К.И. Чуковский, в отличие от М.Н.Васильевского и В. Зеленко, руководствуется не «социализующим стилем» отношения к ребенку. Он считает, что взрослый не должен «лепить» личность ребенка по собственному образцу, а должен лишь помогать ее развитию, так как индивидуальность ребенка - высшая ценность.

К.И. Чуковский считал, что  вместо обсуждения вопроса о наилучшем журнале для детей нередко матери неосознанно обсуждают вопрос о наилучшем журнале для себя [13].

Журналов же, ориентированных на «детский мир», было чрезвычайно мало; к таким он относил, например, журнал «Тропинка».

2.История советской периодической печати для детей ведется с журнала «Северное сияние» (1919-1920).

После октября 1917 года в стране издавалось около десяти периодических изданий для детей, остальные прекратили свое существование. Коренным образом изменились политические и педагогические установки, «детское чтение» ориентировалось на выполнение новых задач. Традиционно отлаженный механизм «старых» журналов для детей не мог совершить столь крутой поворот и перейти на новые темы.

В 1923 году стал выходить петроградский альманах «Воробей».  Как считает Н.Ильина, ему «удалось открыть основные принципы новой литературы для детей, раздвинуть ее владения, наметить направления, по которым она должна развиваться, сформулировать многие требования маленького читателя».[[12]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn11" \o ")

В 1924 году руководителем коллектива стал С.Я.Маршак [1].

К работе в детском периодическом издании он пришел не случайно. С.Я.Маршак имел солидный жизненный опыт, знал профессиональные тонкости журналистики. Сразу остро почувствовал типологическое несовершенство издания, его отсталость от требований времени. В номерах «Воробья» возникают новые рубрики, целые разделы – «Бродячий фотограф», «Как люди работают», «Наш дневник».

В марте 1926 года вышел в свет первый номер «Пионерской правды». Через 2 года губернская газета стала известна почти всем маленьким читателям России [4].

Советские газеты и журналы для детей с момента своего возникновения сделали смех действующим лицом многих публикаций, доверяли ему показ сложных явлений современности. Это событие в детской журналистике является исторически закономерным: оптимизм нового общества, устремленного в будущее, мог быть объективно передан в ярких, эмоциональных, жизнеутверждающих тонах. Журналистике требовались действенные формы разговора, способные заинтересовать,  увлечь детей. Средства комического успешно выполняли эти задачи периодики [12].

Создавая не только конкретизированные юморески, но и образы, периодика пришла к персонифицированному положительному герою, каким явился Ведущий в сатирических и юмористических отделах.

В 30-е гг. XX века детские издания публиковали материалы, связанные с развитием страны, политическими событиями. Большую популярность среди детской аудитории приобретают журналы «Еж» и «Чиж». В них развивались традиции «веселых журналов».

Становление и развитие современной детской журнальной прессы происходило в последние годы последнего 10-летия ХХ века. В 1986 г. по данным Всероссийской книжной палаты существовало 36 детских журналов, а в 1996 уже более 80 журналов.

В середине 90-х гг. молодежная пресса России структурировалась в различного типа издания, предназначенные для детей, подростков, юношества. И хотя каждое из них отличалось своими особенностями, связующими оставались общие цели. Дифференцированная для каждой возрастной группы, молодежная журналистика помогает читателям самоопределиться, найти свое место в обществе, пройти различные процессы социализации, обрести для себя определенные ориентиры в жизни.[[12]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn12" \o ")

В детской и юношеской прессе появился тип издания, практически ранее не существовавший. Во многих городах страны стали выходить газеты и журналы, издаваемые самими юными журналистами. Так, в Москве стала выходить газета «Глагол», в  Екатеринбурге – «Честное слово», в  Пятигорске – «Веселый ветер» и десятки других.

Они имеют официальных учредителей, издателей, печатаются типографским способом или набираются на компьютере. По далеко не полным данным в стране выходит 100 изданий, выпускаемых юнкорами.

Юнкоры – редакторы, ответственные секретари, корреспонденты, фоторепортеры, корректоры ощущали повседневную помощь своих старших коллег – профессиональных журналистов или опытных педагогов, имеющих склонность к журналистике.

В детской журналистике появились альтернативные учредители – субъекты информационного процесса. Так, Союз журналистов Москвы является издателем газеты «Глагол», информационное детское агентство «Юнпресс» – «Юношеской газеты» и журнала «Недоросль», рекламно-издательский дом «Имидж» – «Детской деловой газеты», редакция газета «Федерация» – журнала «Наш лицей». Группа частных лиц издает детский православный журнал «С нами Бог».

Издания для юношества и изданий самих юных журналистов в подавляющей части отличаются друг от друга и по содержанию и по направленности. Кроме того, они имеют различную периодичность, объем, свой стиль оформления. Но всех их объединяет главный признак: они полностью деидеологизированы и выходят как независимые газеты и журналы для детей и подростков [9].

Возможность выбора читателем изда­ния на свой вкус вызвала конкурентную борьбу не только в из­дательской среде, но и среди различных партий и политических объединений. Так, появились молодежные издания с определен­ными политическими пристрастиями, выражавшими свою пар­тийную принадлежность.

Российский рынок детских журналов формируется последние 15 лет. В 1991-1992 годах советская машина по выпуску детской периодики рухнула, коллективы «Веселых картинок», «Мурзилки» были распущены. На этих руинах и создавался новый рыночный порядок. Лучше других в непривычных условиях сориентировались не бывшие советские гиганты детской прессы, а иностранцы.

В 1992 году у датского издательского концерна Egmont International Holding появилась российская ветвь «Эгмонт Россия». В 90-х этот издательский дом в полной мере воспользовался модой на иностранных героев у российских детей. Будучи официальным лицензиатом Walt Disney, Mattel, BBC, Warner Bros, «Эгмонт» выпустил более десятка журналов типа «Микки Маус», «Играем с Барби» и «Винни-Пух», многие из них популярны и сегодня. Лишь в начале 2000-х ИД заинтересовался российскими брендами и запустил несколько проектов типа «Простоквашино» и «Тошка и компания». [[13]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn13" \o ")

В издании передовых детских журналах рассматриваемой нами эпохи развития детской периодики приняли участие выдающиеся писатели, публицисты, художники, ученые и поэты. Они оставили богатое наследие, еще до конца не изученное, первыми решали такие проблемы, как связь прессы с литературой, педагогикой, обращение к научно-познавательному материалу, особенности восприятия текста ребенком.

На страницах периодики для детей формировались жанры русской литературы, использовались различные творческие приемы, крепла связь с традициями народной литературы – с фольклором. Журналы учили детей противостоять злу, практицизму, воспитывали любовь.

Специфика детской журналистики во все времена определялась четко выраженной возрастной ориентированностью на аудиторию. В связи с этим в ней применяются особые, специфические приемы отображения действительности, собственные выразительные средства, формы, способы контакта с аудиторией.

**1.2. Типы факторов периодических изданий  для детей**

Детская и юношеская журналистика – самостоятельное звено общей системы средств массовой информации. Она приобщает подрастающее поколение к интеллектуальному и духовному потенциалу общества, является важным каналом передачи информации от старшего поколения к младшему и одновременно средством коммуникации, позволяющим детям общаться друг с другом. С ее помощью юная аудитория познает мир.

Основным признаком периодических изданий  для детей является характер аудитории, на которую они рассчитаны.

Психологи делят эту аудиторию на четыре возрастные группы:[[10]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn14" \o ")

-дошкольников (3–6 лет);

-младших школьников (7–10 лет);

-подростков (11–15 лет);

-старшеклассников (15–17 лет).

Возрастные особенности юной аудитории и своеобразие работы с каждой из возрастных групп определили возникновение типов изданий.

1. Пресса для дошкольников (журналы «Веселые картинки», «Филя» (приложение к журналу «Веселые картинки»), «Новая игрушечка», «Дисней для малышей», Вини Пух, «Для самых-самых маленьких»).

2.   Периодические издания для младших школьников (журналы «Мурзилка», «Карапуз», «Мастерилка», «Поиграем в сказку»);

3.   Издания для подростков («Бибигон», «Cool»);

4. Выпуски для старшеклассников (журналы «Бумеранг», «Маруся», «Шестнадцать»).

Знание возрастных особенностей помогает учитывать интересы и удовлетворять потребности юной аудитории. В зависимости от того, на какой возраст рассчитано издание, определяется его содержание, структура, форма и объем. Учитываются и социально-психологические характеристики читателей.

В дошкольном возрасте преобладает интерес к сказочным, фантастическим сюжетам, к игровым ситуациям. Небольшие по объему издания для этой возрастной группы рассказывают малышам об окружающем мире, учат считать и писать в доступной, яркой, запоминающейся форме.

Дошкольники еще не осознают разницы между миром реальным и фантастическим. Поэтому воспринимать содержание изданий им помогают Ведущие – обычно это персонажи из народных либо созданных классиками русской или зарубежной литературы сказок. В изданиях для этой возрастной группы, как правило, освещается одна тема, поскольку восприятию дошкольников свойственна фрагментарность, отрывочность [8].

Основной деятельностью в дошкольном возрасте является игра, а в младшем школьном возрасте – учение, хотя потребность в игре, в развлечении у ребенка по-прежнему велика. Издания для этой возрастной группы характеризуются тем, что в них игровые элементы используются в «серьезных» целях организации учебного труда, практической помощи школьникам, их воспитания.

Эти издания уже многотемны, в отличие от прессы для дошкольников: они включают в себя несколько рубрик (например, в журнале «Мастерилка» есть рубрики «Приданое для кукол», «Кулинария», «Самолеты», «Корабли»).

В подростковом возрасте происходит становление доминирующей направленности в познавательных интересах. В разнообразных по тематике изданиях для подростков особенно заметен процесс их дифференциации по интересам аудитории. Это связано с тем, что у ребят возникает потребность в знаниях, выходящих за пределы школьной программы, появляется интерес к различным сферам деятельности, отраслям материального или духовного производства – науке и технике, литературе и искусству, бизнесу и предпринимательству, спорту.

В последнее время пользующиеся популярностью у нескольких поколений журналы «Юный натуралист», «Юный техник» дополнились новыми научно-популярными изданиями или приложениями к ним: «А почему?», «Левша», «Юнга», «Авто-Юниор». Авторами этих изданий часто становятся известные ученые, бизнесмены, деятели культуры и искусства.

Часто подростков начинают интересовать различные аспекты взрослой жизни: новости из мира шоу-бизнеса, любовь, секс, мода, культура (в особенности поп- и рок-музыка). До недавнего времени информация на эту тему в изданиях для подростков строго дозировалась, а проблема секса и вообще была под строгим запретом.

В последнее время отдельные издания модернизировали свою структуру, стали более свободно освещать «трудные» вопросы. К тому же появились и быстро завоевали популярность у подростков издания, копирующие взрослую бульварную прессу. Ярким примером этого нового направления развития детской журналистики служит журнал «Cool» (1997), выходящий под девизом «Это круто», на страницах которого публикуются материалы о жизни звезд эстрады и кино, большое место отводится моде, печатаются фотокомиксы эротического содержания, гороскопы, предсказания.

Журнал ведет активный диалог с подростками по интимным проблемам (вопросы – ответы), пытается оказать психологическую помощь. В нем часто используется молодежный сленг. За короткий срок журнал стал заметным явлением на российском информационном рынке.

Старший школьный возраст – время непосредственной подготовки юношей и девушек к взрослой жизни. В отечественной психологии его называют возрастом открытия «Я». Старшеклассники стремятся глубже понять себя, сложную область человеческих отношений. В объемных изданиях для этой возрастной группы обращает на себя внимание большое количество рубрик, анализирующих психологические, моральные и нравственные проблемы современного общества [11].

Юноши и девушки стремятся к самовыражению, к проявлению индивидуальности. Поэтому журналы для них большое внимание уделяют стилю жизни современной молодежи: в них даются практические рекомендации психологов, сексологов, визажистов, дизайнеров, кулинаров, стилистов и модельеров. Публикуемые материалы обращены к разным социальным слоям аудитории. Реклама дорогих моделей одежды известных фирм в них соседствует с рубриками, в которых рассказывается о том, как обновить гардероб, принять гостей, отдохнуть, несмотря на отсутствие денег (например, в журнале «Штучка»  есть рубрика «Своими руками», а в «Марусе» – «С миру по нитке»).

Юношеская пресса, подражая взрослой бульварной прессе, большое внимание уделяет «звездным» новостям (шоу-бизнес, эстрада, видео, кино, музыка). Она не оставляет без внимания и личную жизнь известных музыкантов, артистов эстрады и кино, спортсменов. По аналогии со взрослой прессой в юношеской журналистике недавно появился журнал о любви и сексе «Шестнадцать» (приложение к журналу «Ровесник»), адресованный тем, «кто хочет знать о сексе, но боится спросить».

Большинство изданий для детей и юношества в условиях рынка, стремясь привлечь внимание аудитории, все чаще обращается сразу к нескольким возрастным группам – дошкольникам и младшим школьникам (например, детская сказочная газета «Жили-были», журналы «Веселые медвежата», «Забавки», «Миша», «Куча мала», «Плюс Я», «Свирелька»), младшим школьникам и подросткам (альманах «Клепа», журналы «Стригунок», «Свирель», «Ванька-Встань-ка», «С нами Бог»), подросткам и старшеклассникам (газета «Радость», журналы «Мы», «Школьная роман-газета», «Первый тайм», «Штучка», «Бумеранг», «Маруся», «Между нами, девочками»). Причем издания для старшеклассников тоже имеют условную верхнюю возрастную границу. Материалы, опубликованные в этих журналах, представляют интерес и для молодежной аудитории.

Появление в детской журналистике изданий, которые ориентированы на разновозрастную аудиторию, обусловлено двумя причинами. С одной стороны, возрастные границы подвижны и при переходе от одного возраста к другому отношение ребенка к действительности изменяется не сразу, с другой – отдельные издания «взрослеют» в силу экономических обстоятельств (детское и юношеское издание нерентабельно и не может существовать без государственной или спонсорской поддержки).

Детская аудитория многослойна, поэтому и издания, адресованные ей, разделяются на группы не только по возрастному фактору, но и другим признакам [3].

1.По признакам пола: для мальчиков (журнал «АиФ. ИКС-Пилот для мальчиков») и девочек (журналы «АиФ. ИКС-Пилот для девочек», «Маруся», «Вероника», «Между нами, девочками», «Cool Girl», «Штучка» - приложение к журналу «Ровесник»).

2. По мировоззренческим признакам: для верующих (православные журналы «С нами Бог», «Божий мир»).

3. Особые специфические социальные группы аудитории обусловили появление изданий  для воспитанников детских домов и школ-интернатов и для детей-инвалидов (например, ежемесячный универсальный по содержанию журнал «Школьный вестник» печатается для незрячих и слабовидящих детей рельефно-точечным шрифтом Брайля; детский орден милосердия издает ежеквартальный журнал «Время колокольчиков» для детей с ограниченными физическими возможностями). Такие издания – новое направление в работе журналистики.

4. Еще одним признаком детской прессы является масштаб распространения изданий. По этому признаку можно выделить следующие группы:

- издания, распространяемые по России, государствам СНГ и ближнему зарубежью (журналы «Мы», «Штучка», «Том и Джерри»);

- журналы, распространяемые по России и государствам СНГ («Мурзилка», «Юный натуралист», «Куча мала», «Бумеранг», «Маруся», «Между нами, девочками»);

- журнальная пресса, распространяемая только по России (журналы «Для самых-самых маленьких», «Поиграем в сказку», «Карапуз», «С нами Бог»);

- региональные издания на русском и национальном языках, часто двуязычные (это 90 журналов). Эти ежемесячные литературно-художественные журналы имеют небольшой тираж – 2–3 тыс. экз.;

- издания, ориентирующиеся на детское население отдельных территориальных единиц РФ: областная пресса (от двух до восьми изданий в каждой области), районная и городская (например, журналы «Знайка» в  Саратовской области, «Новая улица» в  Волгоградской);

- издания школьной прессы, выпускаемые для учащихся одного учебного заведения (школы, лицея, гимназии, колледжа, техникума).

Издания, предназначенные для юной аудитории, вне зависимости от возрастной направленности и функционального назначения, занимательны: они создаются по принципу «развлекая - поучать», выполняя при этом определенные социально-психологические функции [5].

**1.3. Социально-психологические функции изданий для детей**

Журналистика для детей и юношества, как и журналистика в целом, является особым социальным институтом и выполняет по отношению к обществу определенные функции.

Социальные функции изданий для детей формируются под влиянием педагогических воззрений общества. Мы можем говорить о целых комплексах функций, которые обеспечивает система изданий. По мере развития общества эти функции изменяются.[[1]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn15" \o ")

В качестве главных выступают такие функции, как информационная, воспитательная, образовательная, познавательная, и функция социализации.

Все они  подразумевают активное многогранное влияние издания на личность.  К этой группе можно отнести и специальную функцию общения, целью которой является создание особого информационного пространства для обмена мнениями между представителями юной аудитории. В последнее время функция общения, реализуемая в основном юнкоровской прессой, приобретает все большее значение. Эту функцию традиционная журналистика выполняет, но недостаточно динамично. Она больше ориентируется на общение взрослых с детьми и подростками.

Заметное место в детской и юношеской журналистике занимает группа культурно-образовательных, рекреативных и гедонистических функций. Это объясняется особенностями детской психологии, для которой характерна достаточная размытость границ между процессами познания и развлечения.

С каждым годом все больший вес приобретает рекламно-справочная функция. Целый ряд изданий публикует информацию утилитарного характера: практические советы, справочный материал.

Группа организаторских функций также играет в юношеской прессе большую роль. Издания, адресованные разным возрастным группам, знакомят с нормами поведения в обществе, коллективе, семье, приобщают к различным видам трудовой деятельности, способствуют выбору профессии.

Функциональная структура детских и юношеских СМИ соответствует их типологической структуре.

По своему целевому назначению можно выделить:

- информационно-публицистические издания, цель которых состоит в том, чтобы сообщать об окружающем мире, влиять на сознательный выбор средств решения проблем («Пионерская правда»);

- издания, популяризирующие науку, технику, искусство, расширяющие кругозор (журналы «Юный натуралист», «Юный техник», «Авто-Юниор», «Юнга», «Муравейник»). К научно-популярным относятся учебные и учебно-методические издания, поскольку и они выполняют функцию распространения знаний. Однако издания в одном случае служат целям просветительского характера (научно-популярные), а в другом – обучения (учебные и учебно-методические) [6].

Есть издания, носящие методический характер, предназначенные для оказания помощи в образовании подростков и старшеклассников (специальные издания по экономике, иностранному языку, программы внешкольного чтения). Это «Школьный экономический журнал», «Hello»;

- художественные издания, участвующие в эстетическом воспитании («Ванька-Встанька», «Мы», «Недоросль», «Баламут»). В большинстве таких журналов наряду с литературными произведениями публикуются и материалы, популяризирующие литературу, искусство, историю;

- развлекательные издания с доминирующими гедонистической и рекреативной функциями (газета «Поле чудес для детей», журналы «Головоломки», «Забавки», «Веселые медвежата», «Том и Джерри», «Черепашки Ниндзя»).

Чтение периодических изданий, активно воздействует на духовно-эмоциональную сферу личности. Как всякое искусство, периодика является формой художественного освоения действительности. Если журнал воспринимается ребенком эмоционально, он формирует соответствующие эмоции и по отношению к конкретной реальности, что помогает детям прояснять и осознавать нравственные оценки. Происходит становление нравственной позиции, формируя определенные свойства личности ребенка.[[6]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn16" \o ")

**Глава 2.** **Тенденции развития детской прессы в России**

Перемены, происшедшие в общественно-политической и экономической жизни страны, привели к заметным изменениям в структуре периодической печати РФ последних десятилетий. Выход новых изданий, рассчитанных на удовлетворение интересов различной аудито­рии, способствовал становлению информационного рынка, учи­тывающего многообразие источников информации и ее рас­пространение в различного типа периодических изданиях.

Читательские интересы, демографические, социальные фак­торы способствовали формированию новой структуры печати. В ней сформировалась периодика, предназначенная широкому кругу читате­лей и различающаяся по тематике и адресности: общественно-политические издания, издания универсального содержания, молодежные издания и издания для детей, женские издания, рекламно-информационные.[[2]](http://lib.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=498496" \l "_ftn22" \o ")

Репертуар детских журналов сейчас достаточно интересен и разнообразен. Большой популярностью и любовью пользуются журналы и газеты местных издательств. Все больше читателей становится у изданий, рассчитанных на семейное чтение. Почти вся детская газетно-журнальная продукция прекрасно иллюстрирована, издана на хорошей бумаге. Юные читатели часто предпочитают книге журнал, так как разнообразное жанровое содержание и хороший информационный материал удовлетворяют их вкусам и интересам.

Воспитание тесно связано с образованием и обучением. В основе российской детской журналистики лежат образовательно-просветительские традиции, энциклопедизм, вера в разум ребёнка, оптимистичный тон. На протяжении всей своей истории детские редакции стремились привить детям этические и моральные нормы, дать знания из разных областей науки, рассказать о достижениях культуры. Эти задачи стоят и перед современной детской журналистикой. Актуальнейшим для сотрудников детских изданий остаётся вопрос: как их воплотить на практике. Издания журналов для детей несут огромный воспитательный заряд.

Из традиционных изданий советских времен сохранились многие.«Мурзилка»сейчас выглядит как солидное 52-страничное издание на глянцевой бумаге. В содержании - верность многолетним традициям: поэзия, проза плюс развивающие и образовательные материалы [7].

Традиции «старых добрых журналов» для детей продолжает и журнал о природе«Муравейник»,появившийся в середине 90-х годов. Но он напоминает даже не о советских, а скорее о дореволюционных изданиях. Авторы - ученые-биологи и журналисты, пишущие о природе, в том числе знаменитый Василий Песков, который ведет рубрику «Дядя Вася рассказывает».

В целом вырисовывается типичная для сегодняшнего времени картина, когда ввиду большой стоимости печатной продукции и почтовых услуг подписка на периодические издания в семье либо совсем отсутствует, либо ограничена одним-двумя названиями центральных или местных газет. К тому же содержание этих газет и журналов не соответствует интересам ребенка.

Согласно исследованию компании «Новое поколение», проведенному в сентябре-октябре 2006 года, лидерами популярности среди них стали: «Барби», «Приключения Скуби ДУ», «Винни-Пух», «Мурзилка», «Дисней для малышей», «Веселые картинки», «Том и Джерри», «Микки-Маус», «Ералаш», «Принцесса Диснея», «Смешарики», «Тошка», «Багз Банни и его друзья», «Ведьма» и «GEOленок». Среди комиксов лидируют: «Симпсоны», «Новые приключения Человека-Паука», «Питер Паркер Человек-Паук», «Человек-Паук» и «Люди Х».

Что касается молодежных, то на рынке прессы страны они представлены меньшим количеством наименований. Причем ландшафт читательских интересов этой категории населения достаточно однообразный. Лидерами читательских предпочтений здесь выступают «Yes», «Все звёзды», «Cosmopolitan», «ELLE Girl», «Страна игр», «Oops!», «Вокруг света», «Штучка», «MINI», «Хакер», «Хит-парад», «Компьютерра» и «Ровесник».

Результаты социологических исследований показывают, что увеличивается ориентация детей и подростков на периодику с большим количеством картинок, несущих информацию, легкую для восприятия: не столько познавательного, сколько развлекательного характера.

В стране, когда-то славившейся всенародной любовью к книгам и периодическим печатным изданиям, сейчас отношение к ним стремительно изменяется. Об этом неутешительном факте говорит и крайне низкий по сравнению с былыми временами тираж подписных изданий. Особенно тревожная ситуация с детским и подростковым чтением [9].

На переломе веков в чтении детей, и главным образом подростков и юношества, особенно популярными стали различные журналы. Активное обращение к периодике детей и подростков начинается уже в младшем школьном возрасте, но особенно оно усиливается к подростковому возрасту.

Причем часто дети и подростки покупают периодику самостоятельно. В 10-13 лет это, как правило, спонтанный, ситуативный выбор. Чем старше, тем он становится все более осознанным. В чтении подростков и читателей юношеского возраста преобладают молодежные, а также женские журналы, ориентированные на развлечение этой аудитории. Их читают, прежде всего, девочки, тогда как мальчики предпочитают другие - спортивные и технические издания (об автомобилях, компьютерах). Познавательные журналы читаются сегодня значительно реже, чем раньше. Мальчики-подростки читают их больше, чем девочки.

У юных читателей сегодня появилась возможность выбирать те издания, которые вызывают у них интерес, помогают сориентироваться в сложных проблемах современности, определить свой путь в жизни.

По характеру информации издания на сегодняшний день делятся на универсально-тематические и монотематические.

По способу производства они подразделяются на традиционные и юнкоровские.

Универсально-тематические издания отражают все сферы жизни общества, а монотематические отдают предпочтение отдельным темам – образованию, культуре, искусству, литературе, науке, технике, природе, экологии, географии, досугу, отдыху.

Тематический диапазон детской прессы достаточно широк. В дальнейшем можно предположить появление новых изданий, освещающих и другие темы, еще не охваченные детской и юношеской журналистикой.

Традиционные издания в основном представляют собой продукт деятельности профессиональных журналистов. Специфической чертой современной журналистики России является возникновение и успешное развитие самостоятельной юнкоровской прессы, в которой на всех уровнях производства – от корректора, репортера до главного редактора – работают сами дети и подростки [8].

Тот факт, что создатели юнкоровских изданий в силу своего возраста и круга интересов стоят ближе к своим читателям-сверстникам, чем взрослые журналисты, позволяет таким изданиям быть особо интересными для юного читателя, а главное – непохожими на издания традиционной прессы.

Существование традиционного и юнкоровского направлений в рамках единого информационного пространства влияет на многие стороны изданий обеих групп. Изменяются их структура, содержание, периодичность, объем информации, оформление, способы взаимодействия с аудиторией.

Сегодня группа традиционных изданий для юной аудитории представлена различными видами периодики.  Журналы – самые распространенные из них.

Новым для этой группы изданий стало появление в ней многочисленных приложений как к детским и подростковым, так и к взрослым изданиям. Например, «Пионерская правда» выпускает четыре приложения: «Привет, мальчишки и девчонки!», «Юная Москва», «Олимпионик», «Светлячок» (для малышей), появившиеся в разные годы.

Газета «Семья» имеет приложение – журнал для детей и подростков «Куча мала» (с 1996 г.). У журнала «Юный техник» есть два приложения – это журналы «Левша» (с 1972 г.) и «А почему?» (с 1991 г.).

Целевое назначение современной детской и юношеской печати во многом определяется ее учредителями, издателями, редакциями. В связи с повсеместным возникновением новых изданий произошла перестройка в сфере традиционных издателей. Сегодня выпуском детской и юношеской периодики занимаются государственные и общественные структуры, информационные агентства и издательские дома, коммерческие организации и частные лица, редакционные коллективы газет и журналов.

В настоящее время в печати есть детские издания, представляющие собой официальные органы государственных и общественных организаций (например, издателем «Пионерской правды» является Акционерное общество «Молодая гвардия», издателем «Глагола» – Союз журналистов Москвы). Эти издания не заявляют о тех или иных политических предпочтениях и называют себя независимыми газетами для детей и подростков [10].

Целевая направленность изданий, популяризирующих науку, технику, искусство, определяется субъектами образовательного, просветительского и художественного видов деятельности. Например, созданный в 1995 г. специалистами Российской Академии образования Издательский Дом «Карапуз» выпускает четыре научно-популярных журнала – «Для самых-самых маленьких», «Карапуз», «Поиграем в сказку», «Загадочные истории», а также развлекательный журнал «Мастерилка». Российский Детский фонд выпускает журналы «Школьная роман-газета» и «Божий мир».

Совместные предприятия, коммерческие организации и частные лица, как правило, выпускают развлекательные издания, привлекающие внимание аудитории. Российско-датская компания «Эгмонт Россия ЛТД» (с 1992 г.) издает журналы «Дисней для малышей», «Микки Маус», «Микки-детектив», «Русалочка», «Барби», «Винни Пух», а издательство «Махаон» (с 1993 г.) – журналы комиксов «Том и Джерри», «Черепашки Ниндзя», которые своими цветными иллюстрациями продолжают популярные телевизионные мультсериалы. Издательство «Махаон» выпускает такие журналы тиражом в 100 тыс. экз., в два-три раза превышающим тираж остальных детских журнальных изданий. Исключение составляют лишь журналы Издательского дома «Бурда» – «Cool» и «Cool Girl» (с 1998 г.), имеющие самый большой тираж – 300 тыс. экземпляров.

Издания для юношества и самих маленьких читателей в подавляющей части отличаются друг от друга и по содержанию и по направленности. Они имеют различную перио­дичность, объем, свой стиль оформления.

**Глава 3.Проблемы детской и юношеской периодики**

В связи с бурным развитием технического прогресса, с появлением и повсеместным внедрением во все сферы жизни компьютера и сети Internet, появилось очень много детских веб-журналов, красочно оформленных, содержащих в себе виртуальное игровое начало: «Карапуз», «Ладушки», «Барби», «Нахаленок», «В гостях у Золушки», «Загадочный мир».

Увлечение веб-журналами (или, иначе говоря, «блогами») распространяется очень быстро; особенно среди подростков, которые часто с помощью них ведут интернет-дневники без ведома взрослых.

Последние исследования показывают, что сегодня примерно половина всех веб-журналов принадлежат подросткам. При этом двое из трех раскрывают свой возраст; трое из пяти публикуют сведения о месте проживания и контактную информацию, а каждый пятый сообщает свое полное имя. Аналитики сообщают, что подробное раскрытие личных данных потенциально опасно [7].

При этом все больше молодых пользователей, создающих собственные дневники, стремится привлечь как можно больше внимания аудитории.

Но детей, имеющих доступ к сети Internet, остается еще мало. А сочетание печатного слова и компьютерных достижений представляют собой явлений уникальное в образовательной и познавательной сфере ребенка.

Наряду с освоением компьютерных навыков, ребенок параллельно получает знания глобального масштаба: одновременно читать литературное произведение и участвовать в познавательной викторине, вести переписку с друзьями, просматривать широкий спектр графических изображений (от фотографий красивых мест планеты, животных, растений), повышать уровень как своего родного языка, так и дополнительного - английского, основного в Internetе.

В последнее время в связи с возрождением духовности появились детские издания, содержащие вероучительные материалы, беседы на религиозно-нравственные темы. Хотелось бы обратить внимание на одно издание, представляющее собой уникальный сплав познавательной, развивающей и воспитывающей функций.

Сегодня детская печать в условиях развития рыночных отношений стремится наиболее полно освещать проблемы реальной жизни детей и подростков, завоевать популярность в своей аудитории. Ведь именно детская аудитория определяет сегодня судьбу того или иного издания. У ребенка появилась возможность выбирать из потока адресованной ему информации именно те издания, которые вызывают у него интерес, помогают сориентироваться в сложных проблемах современности, выбирать свою дорогу в жизни.

В России функционирует множество детских изданий. Интересно, что, несмотря на общую тематику и повторы, все детские журналы всё же не похожи, каждый несет в себе определенную индивидуальность [6].

**Заключение**

В данной работе была предпринята попытка проанализировать состояние современной детской и юношеской периодической печати.

В ходе работы нами были сделаны следующие выводы:

1. Условно в развитии отечественной детской журналистики можно выделить два периода: дореволюционный и послереволюционный. В конце XVIII – начале XX века на страницах периодики для детей формировались творческие  приемы детской журналистики. Развитие детской журналистики тесно связано с эпохой, мировоззрением общества.

2. Основным фактором, лежащим в основе детской журналистской прессы, является возрастной.

Возрастные особенности юной аудитории и своеобразие работы с каждой из возрастных групп определили возникновение типов изданий:

- пресса для дошкольников;

- периодические издания для младших школьников;

- издания для подростков;

- выпуски для старшеклассников.

Большинство изданий для детей в условиях рынка, стремясь привлечь внимание аудитории, все чаще обращается сразу к нескольким возрастным группам.

К другим факторам относятся: разделение по признакам пола (для мальчиков  и девочек), по мировоззренческим признакам, на особые специфические социальные группы (детские дома, школы-интернаты), масштаб распространения изданий.

К целевому предназначению детская пресса подразделяется на: информационно-публицистические, научно-популярные, художественные и развлекательные издания.

3. При создании детской периодики необходимо учитывать специфику интереса ребенка. Психология детей имеет свои особенности. Журналы должны быть радостны и оптимистичны, так как дети верят в открытость и справедливость мира.

4. Детские периодические издания на сегодняшний день соответствуют реальным запросам аудитории, учитывают ее разнообразные интересы и потребности.

В России современная периодика для детей представлена большим репертуаром журналов. Журнальные издания ярко иллюстрированы, выпускаются на хорошей бумаге.

В связи с внедрением во все сферы жизни компьютера и сети Internet появилось много веб-журналов, содержащих в себе виртуальное начало.

Процесс возрождения духовности в России привел к тому, что стали появляться религиозные журналы.

**Список литературы**

1.Алексеева М.И. Советские детские журналы 20-х годов / М.И.Алексеева. – М.: Издательство московского университета, 1989.– 131 с.

2.Арзамасцева И.Н. Детская литература / И.Н. Арзамасцева.– М.: Академия, 2007. – 324 с.

3.Ворошилов В.В. Журналистика. Базовый курс / В.В.Ворошилов. - М.: Михайлова В.А., 2005. – 526 с.

4.Ильина Н. Из истории детских журналов 20-30-х годов /  Н.Ильина // Вопросы детской литературы. – М.: Наука, 1957. – С.37.

5.Коновалова О.В.Основы журналистики / О.В. Коновалова. – М.: МарТ, 2005. – 154 с.

6.Ким, М.Н. Жанры современной журналистики / М.Н.Ким. – М.: Михайлова В.А., 2004. – 210 с.

7.Корконосенко С.Г. Основы журналистики. Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Михайлова В.А., 2005. – 511 с.

8.Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики / И.В.Кузнецов. – М.: Флинта, 2006. – 410 с.

9.Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики /  Р.П.Овсепян. – М.: Журналистика, 1999. – С.229-232.

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

11.Толль Ф.Г. Наша детская литература / Ф.Г. Толль. – СПб.: Литература, 1862. – С.282.

12. Холмов М.И.Становление советской журналистики для детей / М.И.Холмов. – Ленинград: Издательство ленинградского университета, 1983. – 207 с.

13.Чуковский К. Матерям о детских журналах / К.Чуковский.  - СПб.: Наука, 1911. – 152 с.

[**Скачано с www.znanio.ru**](https://znanio.ru)