

## **Детский сетевой журнал и его роль в современном медиаобразовании**

*С.А. Петрова, кандидат филологических наук, докторант филологического факультета Льежского государственного университета, Бельгия*

### **Аннотация**

Изучая влияние новейших информационных технологий на детей и подростков, российские специалисты в основном уделяют внимание негативным факторам воздействия Интернета на юную аудиторию: опасности интернет-зависимости, формированию файлового сознания, серьёзной метаморфозе детского чтения и т.д. Положительное воздействие детской сетевой периодики, создающейся в основном энтузиастами, и значение детских журналов-блогов остаётся вне поля зрения современных экспертов. Автор предлагает использовать детскую сетевую периодику в качестве необходимого компонента медиаобразования, как в общеознакомительном, так и в профориентационном направлении.

**Ключевые слова:** информационные технологии, медиаобразование, воспитательный процесс, сетевая журналистика, интернет-СМИ, детская периодика, детский сетевой журнал.

*S. A. Petrova, Candidate of Philology, doctoral student at Faculty of Philology State University of Liege, Belgium*

## **Online Journal for Children and its Role in the Modern Media Education**

### **Abstract**

Studying the impact of new information technologies on children and adolescents, Russian experts mainly pay attention to the negative influences of Internet on the young audience: dangers of Internet addiction, formation of file-consciousness, serious metamorphosis of children's reading, etc. The positive impact of network periodicals for children created mainly by enthusiasts, and the value of children's journal-blogs remains outside the purview of contemporary experts. The author proposes to use network periodicals for children as a necessary component of media education for awareness-raising as well as career-oriented purposes.

**Keywords:** information technologies, media education, educational process, network journalism, Internet media, periodicals for children, online journal for children.

Стремительное развитие компьютерных технологий меняет социальный облик сетевого пользователя, расширяет его возрастной диапазон: Интернет, первоначально служивший для обмена информацией между ограниченным числом лиц, постепенно превратился в многокультурную среду, в которой резко возросло число детей и подростков. Интерес юного пользователя к деятельности в сети способствовал быстрому развитию детского сегмента Интернета, появлению большого количества ресурсов, предназначенных детской и подростковой аудитории. В настоящее время в Интернете сложилась новая система периодических изданий – детские сетевые СМИ – особый вид интернет-журналистики со своей историей и аудиторией.

Специалисты, в частности А.А. Журин [2], определяют основные задачи медиаобразования следующим образом. Прежде всего, нужно «подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать её, осознавать последствия её воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств». Но образование сегодня – это не только восприятие и оценка информационных потоков, это умение вести активную оборону от потока средств массовой информации. «Активную», потому что от потока нужно не отгораживаться, как утверждает А.Э. Молчанов [5], а смело черпать из него, фильтровать и брать по возможности всё, что в нём найдётся разумного, доброго и полезного, сделать так, чтобы в результате этого образования человек мог со знанием дела пользоваться окружающими его СМИ, а не наоборот. Таким образом, первое направление медиаобразования определяется как *общеознакомительное* – каждый образованный человек должен иметь представление о мире массовой коммуникации, уметь читать и понимать прессу, быть способным выразить свою позицию публично, и второе направление – *профориентационное* – целенаправленная подготовка к профессии журналиста, помощь в литературной работе.

В России, несмотря на то, что термин «медиаобразование» вошёл в обиход уже в 70-е годы, воздействие потоков информации на ребёнка и подростка ни родителями, ни учителями, как правило, не контролировалось, не прогнозировалось и не учитывалось. Л. С. Зазнобина [3] видит причину не только в отечественных традициях образования, но и в трансляции от поколения к поколению культуры, которой свойственны авторитарность, «невольное предполагающая некритическое отношение к любым «формально» поданным сообщениям, в том числе и к сообщениям СМИ: слишком недавно все они были официозом, голосом чуть ли не Абсолютной Истины». Сегодня эта традиция накладывается на почти полную социальную инфантильность школьника. Школьники могут сознательно избегать серьёзных образовательных передач, никогда не смотреть передач, связанных с социальными проблемами, политическими движениями, событиями, происходящими в мире. Человек может свить себе «информационный кокон», отгородиться от реального мира, жить в иллюзорном информационном пространстве. Задача медиаобразования – пробиться через стенки такого

«информационного кокона», привлечь ребёнка или подростка (традиционно мало читающей публики) к активному участию в общественной, политической и культурной жизни страны. В решении такой задачи важную роль должна сыграть детская и юношеская сетевая периодика, так как сегодня ни один ребёнок не мыслит свою жизнь без компьютера или мобильного телефона.

На первом, *общеознакомительном*, этапе следует предложить ребёнку широкий обзор сетевой прессы, рассчитанной на его возраст, сориентировав его в мире детских СМИ и предоставив ему возможность выбора «своих» интересных сайтов. Ведь основная проблема сегодняшнего Рунета не столько в отсутствии интересных детских ресурсов, сколько в организации их поиска и фильтрации. Невнимание со стороны родителей и учителей к этой проблеме приводит ребёнка к неправильному выбору, и в результате Интернет приносит больше вреда, чем пользы. Кратко остановимся на наиболее интересных, на наш взгляд, представителях сетевой периодики Рунета.

Наиболее простым, как для «взрослого», так и для «детского» СМИ, способом обозначить свое присутствие в виртуальной среде является создание *интернет-представительства*. В отличие от «взрослых» интернет-СМИ, детские издания не используют прямого калькирования (публикации полной копии «бумажного» издания) из-за боязни потерять подписчиков печатной версии. Редакции размещают в сети анонсы, содержание или часть архива с усечёнными статьями, предоставляя читателю возможность оформить подписку либо через Интернет, либо в ближайшем почтовом отделении. Из наиболее удачных представительств, размещающих содержание и анонсы своих печатных изданий, можно назвать журналы **«Весёлые картинки»**, **«Юный натуралист»**, литературный журнал **«Кукумбер»** и экологический журнал **«Свирель»**. Следует обратить внимание на то, что понятие «интернет-представительство» условно, многие издания постепенно переходят от интернет-предствительства к созданию полноценной интернет-версии. Например, журналы **«Мурзилка»**, **«Маруся»** и **«Познайка»** стараются дополнительно использовать возможности Интернета (флэш-технологии, форум, чат, игротека и др.)

Следующими по популярности в списке детских интернет-СМИ стоят издания, создавшие дополнительно к «бумажным» *интернет-версии*. К сожалению, многие сетевые версии сегодня не работают, так как нужно переконструировать материал, изменить язык и дизайн, снабдить текст поиском и гиперссылками, организовать обсуждения, а не только ограничиться сменой носителя, а такие изменения требуют квалифицированных специалистов и существенных денежных вложений. Но в общей массе детских некоммерческих журналов, испытывающих материальные трудности и недостаток квалифицированных кадров, существуют исключения. В частности, сетевая версия журнала **«Клёпа»** успешно функционирует и развивается. Расширение деятельности журнала и рост его аудитории связаны с энтузиазмом и талантом главного редактора Наталии Дубининой, которая разработала целую программу по продвижению популярного бренда, где не последнюю роль играет Интернет. Из других наиболее заметных сетевых версий «бумажной» периодики можно

назвать «Классный журнал», журналы «Костёр», «Бумеранг», «Электронные Пампасы», газеты «Детская газета», «Пять углов», «Пионерская правда».

В конце 90-х годов в Интернете появилось множество ресурсов для детей с религиозной тематикой. Воспитанием и приобщением детей к обычаям и обрядам христианства до сих пор успешно занимается детский журнал миссии «Свет на Востоке» «Тропинка». Журнал существует на добровольные пожертвования и держится на личном энтузиазме издателей одноимённого детского журнала. Расширение влияния христианских журналов и в целом христианства на детскую аудиторию воспринимается интернет-общественностью положительно, так как детские христианские журналы отличает бережное отношение к русскому литературному языку и высокая ответственность за воспитание подрастающего поколения. Это высказывание справедливо не только для детского журнала и «Тропинка», но и для наиболее популярных, согласно рейтингам Рамблера, других христианских журналов: «Отрок.иа», христианский журнал «Дорога вместе» и «Ступени. Православный журнал для детей и подростков».

Как отмечает Л. Быстрова [1]: «Дорога от привычных печатных изданий идёт через создание электронных копий печатного текста к электронным изданиям, включающим всё многообразие гипертекстовых связей и мультимедийных возможностей». С конца 90-х годов в сети появляются детские *интернет-издания*, не имеющие печатных аналогов. Так в 1997 году рождается симбиоз компьютерного и литературного журнала «Кот Баюн». Его необычность была в том, что он претендовал на некоторую элитарность, клубность и дизайнерское новаторство. Увлечение Хармсом и комиксами (иллюстрированная трагедия взаимоотношений между Котом Баюном и Мышью, естественно компьютерной) соседствовало с пособием для начинающих DOOMеров. Сегодня наиболее интересными детскими изданиями, существующими только в сети, можно назвать: детский журнал жительницы Эстонии Татьяны Евтюковой «Солнышко», размещённый на одноимённом портале; журнал «Санька – Бешеный Кролик!»; детский сказочный интернет-журнал «Почитай-ка»; интернет-журнал «Жёлтая гусеница» Алтайского дома литераторов; журнал для самых маленьких, проект литературного журнала «Сетевая словесность» «Картинки в паутинке» и «Новостной сайт KinderNews.info». Хочется выделить и занимающий особое положение в мире детских СМИ журнал «Барсук». Делают его сетевые специалисты, но публикуются на его страницах только читатели-любители. Работают над «Барсуком» многие известные люди Рунета: физик-программист Дмитрий Манин, математик Михаил Вербицкий, филолог Роман Лейбов и Мария Казанская, автор известного логотипа «Изысканный жираф», символизирующего конкурс «Тенета». Несколько картинок нарисовал Арсений Григорьев – известный как «Ребёнок Арсений», участник одного из давних проектов сообщества «Zhurnal.ru». В журнале «Барсук» можно прочитать стихи, сказки и книги, написанные детьми, посетить выставку рисунков «с пояснениями» и задать вопросы «Главному редактору – вредной Каряке, у

которой испортился характер из-за отсутствия денег», познакомиться с «Почтовыми Демонами», «Ужасными Чудовищами», «Стихийными Бедствиями» и «Сотрудниками Редакции».

В сети представлены и журналы сугубо развлекательного характера, не ставящие перед собой ни воспитательных, ни образовательных задач, приравливающиеся к вкусам ребёнка или подростка, сформированным современной рекламой и худшими традициями коммерческих печатных изданий. Так в 1999 году в Рунете появился «новый», уже третий по счёту на российском рынке периодических изданий, «Колобок», отныне с добавлением: «**Всё, что нужно подростку в жизни!**». Он отличается явно коммерческой направленностью, хотя позиционирует себя как некоммерческий ресурс, в котором «вид и содержимое сайта полностью определяются посетителями».

Как было указано ранее, второе направление медиаобразования – *профориентационное*. Особая роль отводится в этом направлении самодеятельным детским изданиям. Самодеятельную детскую сетевую прессу можно разделить на организованную и неорганизованную (стихийную). К организованным изданиям относят издания агентств, в первую очередь издания агентства ЮНПРЕСС, школьные и лицейские газеты и журналы; к неорганизованным – фанзины популярных журналов, детские блоги и самиздат. (В данном случае, мы определяем «самиздат» как более узкое понятие, не имеющее идеологического подтекста: «издание самого себя»). Хотя на основании ряда критериев специалисты считают, что «некорректно относить к СМИ разнообразные дискуссионные площадки в виде чатов, форумов, клубов, блогов, социальных сетей, если только они не являются частью сайта, относящегося к СМИ, нам представляется необходимым сделать исключение для детской блогосферы. *Во-первых*, её нельзя рассматривать как однородную массу непрофессиональных и малопопулярных ресурсов. Наряду с личными дневниками для «домашнего пользования», существуют популярные блоги, в том числе и те, которые позиционируют себя как детские СМИ (журналы). *Во-вторых*, детский блог, в отличие от взрослого, может служить учебной площадкой, являясь прообразом будущего авторского сетевого издания. *В-третьих*, детские блоги часто пользуются большей популярностью среди юных пользователей, чем многие сетевые СМИ, созданные взрослыми для детей. Научная группа молодёжного объединения «ЮНПРЕСС» обнаружила эту закономерность ещё в конце 1990-х годов, исследуя каналы информации российских подростков. О популярности самодеятельных детских ресурсов можно судить по высоким местам в рейтингах таких интернет-журналов, созданных на основе блогов, как «**Моё Детство**» – сайт девятилетней Насти и её школьных подружек и интернет-журнала «**Всё, что мне интересно**» шестнадцатилетнего Александра. *В-четвёртых*, учитывая высокий интерес детей и подростков к блогосфере и социальным сетям, профессиональные детские издательства, как книжные, так и издательства периодики, создают блоги в разных социальных сетях. Практика создания детскими журналами сайтов-блогов наиболее популярна на Западе, в частности, во Франции. Например, сетевые версии журналов «**Байар Пресс**»: «**Окари@**» и «**Je**

**bouquine»** расположены на одном сайте, пользуются бесплатным хостингом и созданы как единый блог, а также сайт **«Julie mag»** (издательство «Милан»), который позиционирует себя в качестве блога. В России наибольший интерес к блогам проявляют, прежде всего, детские книжные издательства (детский отдел **«РИПОЛ классик»**, **Издательский Дом Мещерякова**, **«Настя и Никита»** – детский книжный проект журнала «Фома» и др.). Детские и подростковые самодельные сетевые журналы, в отличие от обычных блогов юных пользователей, как правило, создаются под руководством и по инициативе взрослых. Существуют две формы организации подобных изданий. В первом случае родители организывают самодельный журнал для малолетнего ребёнка, который в силу своего возраста пока самостоятельно журнал вести не может. Пример такой формы самодельного издания – **«Малышовый сетевой журнал Оди-Беда»**. Несмотря на девиз «Карапузы всех стран, объединяйтесь!», целью такого издания является создание клуба по интересам для взрослых пользователей, а журнал предназначен для совместного чтения и просмотра (детей и родителей). В другом случае, родители берут на себя техническую поддержку сайта, его продвижение, контроль за перепиской, в то время как дизайнером, модератором и автором материалов (текст, фотографии, рисунки) выступает ребёнок (например, сетевой журнал **«Моё Детство»**). Основные задачи подобного самодельного, любительского сайта – приучить ребёнка работать с Интернетом, создать нужный круг общения и популяризировать творчество юного пользователя.

Литературовед Мирон Петровский [7,8] писал: «...Будут ли дети, когда вырастут, читателями, – дело тёмное, и что они будут читать тогда – ещё темнее; взрослая дифференциация – социальная, профессиональная, наконец, просто вкусовая – разнесёт их читательские интересы, размажет по всему литературному (и внелитературному) полю или вовсе вынесет за пределы этого поля. ...У множества взрослых (пускай и начитанных) может не оказаться ни одного общего, знакомого всем текста, кроме сказок, усвоенных в детстве. Тогда эти книжки становятся единственным общенациональным текстом. Страшно вымолвить – главным текстом культуры». В наше время бурного развития информационных технологий носителем такого текста становится электронная книга и детская сетевая периодика, и только от нас, родителей и преподавателей, зависит выбор этого «главного текста нашей культуры».

## **Литература**

1. Быстрова Л. К вопросу об информационной культуре современного редактора // Вестник МГУП. – 2005. – № 6 . – С. 49.
2. Журин А. А. Информационная безопасность как педагогическая проблема // Педагогика. – 2001. – № 4. – С. 34.
3. Зазнобина Л. С. Медиаобразование в школе: как же выжить в мире СМИ // Mediaeducation.ru. – 1999. <http://www.mediaeducation.ru/publ/zazn1.shtml>
4. Интернет в России: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2012.

Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям

<http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2012/item6.html>

5. Интернет-СМИ: Теория и практика. Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 60.
6. Молчанов А. Э. Недетские проблемы детской журналистики (опыт преподавания курса «Основы журналистики» в детской школе искусств). <http://journ.igni.urfu.ru/index.php/component/content/article/408>
7. Петровский М. С. Откуда и почему «Книги нашего детства» // Книжное обозрение. – 2006. – № 38. – С.17.
8. Петровский М. С. Книги нашего детства. – СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2006. – С .9–10.
9. Руденко И. А. Детская и юношеская пресса России // Вестник МГУ. Сер. 10, Журналистика. – 2003. – № 2. – С. 113–117.
10. Цымбаленко С. Б., Шариков А. В., Щеглова С. Н. Методбиблиотека ЮНПРЕСС. Российские подростки в информационном мире (по результатам социологического исследования). – М.: Творческое объединение ЮНПРЕСС. – М.: ЮНПРЕСС, 1999.