

УДК 070-053.2(043.3)+655.533(043.3)

С. В. Харитонова, кандидат филологических наук, доцент (БГУ)

ПРЕССА ДЛЯ ДЕТЕЙ: ТЕНДЕНЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И СПЕЦИФИКА ГРАФИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Целью данной работы является определение тенденций функционирования и выявление специфики графического моделирования современных белорусских периодических изданий для детей. Актуальность статьи заключается в разработке автором научно-методических рекомендаций по совершенствованию способов формирования визуального образа национальных периодических изданий для детей различных возрастов и раскрытии узкопрофессиональной проблематики, занимающей значимое место в русле развития теории дизайна белорусской печати.

The aim of this investigation is to identify trends of functioning and determining of specificity of graphical modeling of modern Belarusian periodicals for children. Article urgency consists in elaboration of scientific and methodical recommendations to improve a visual image of national periodicals for children of various age and disclosing the narrow professional perspective, which takes a significant place in the mainstream of the development of the Belarusian press design theory.

Введение. На фоне распространения высокоскоростных каналов передачи информации, усиления воздействия глобализационных процессов особую актуальность для белорусского общества приобретает проблема, связанная с эффективным функционированием отечественной периодики для детей и выполнением ею своей социальной и воспитательной миссии.

Происходящие в мировой информационной сфере изменения порождают множество противоречий, связанных с переориентацией жизненных ценностей детей, постепенной утратой подрастающим поколением национальных духовно-нравственных ориентиров, заимствованием нормативных и социально-культурных образцов поведения из западного общества. Как следствие, увеличивается роль детских газет и журналов в сохранении национальной системы воспитания и просвещения подрастающего поколения. Растет потребность в поиске новых эффективных приемов и методов моделирования изданий, способных привлечь детскую читательскую аудиторию в нынешних конкурентных условиях функционирования средств массовой информации.

Основная часть. Цель данной работы — определение тенденций функционирования и выявление специфики графического моделирования современных белорусских периодических изданий для детей.

Для проведения исследования были поставлены следующие задачи: 1) выявить основные закономерности, проблемы и тенденции функционирования газетно-журнальной печати для детей на современном этапе; 2) определить особенности шрифтового, иллюстративного и цветового оформления в газетно-журнальной периодике для детей.

На современном белорусском рынке печати распространяются 22 газеты и 113 журналов для детской аудитории, отличающиеся читательским адресом, целевым назначением и выполняемыми функциями. Пресса для детей белорусского производства насчитывает 15 газет и 75 журналов. Более 33% от общего количества детских периодических изданий составляют российские печатные СМИ (7 газет, 38 журналов).

Несмотря на *увеличение числа детских газет и журналов* и расширение сегмента прессы для юного читателя, белорусская периодика функционирует в обстановке жесткой конкуренции с информационной продукцией других стран. На территории Беларуси распространяются свыше 5000 зарубежных газет, журналов и телепрограмм [1, с. 3]. Актуальность проблемы *экспансии иностранного печатного продукта* возрастает в связи с тем, что белорусская детская периодика занимает относительно небольшой сектор отечественного рынка периодических изданий — всего 5% из 1556 печатных СМИ.

Сравним этот процент с показателями других государств. Число газет и журналов, предназначенных для чтения детям, в Российской Федерации составляет около 6% от общего объема прессы. По данным Министерства культуры и информации Республики Казахстан, доля детских, молодежных, женских и религиозных периодических изданий не превышает в совокупности 4% [2]. Во Франции — всего 3% рынка периодических изданий страны. По утверждению автора книги «Детская сетевая пресса Франции» С. Петровой, французские семьи выписывают не менее одного журнала для детей. Французская периодика обращается

ко всем возрастам от младенцев до 17-летних читателей и затрагивает все темы, из которых самая популярная — чтение (49 из 120 детских печатных изданий выбрали ее основным направлением) [3, с. 148].

В этой связи возрастает значение качественных характеристик детских печатных СМИ.

Возникший в середине 90-х гг. XX в. новый тип детской периодики — пресса для досуга («Когда ты один дома», «Кроссвордленд», «Развлекательный каламбур», «Досуг для детей и подростков», «Кроссворды для детворы», «Мишутка»), предназначенная для развлечения читателя, его расслабления, получения удовольствия и отдыха, за 20 лет существования сумела поглотить значительный сегмент рынка детской печати. Согласно результатам авторского социологического исследования, среди всех распространяемых на территории Республики Беларусь изданий для детей более 65% предназначены для развлечения читателя.

На фоне *массового распространения развлекательной газетно-журнальной периодики*, традиционной детская печать (развивающая, научно-популярная, общественно-политическая и литературно-художественная), сохраняющая многолетние отечественные традиции формирования контента, оказывается в угрожающем меньшинстве. По данным исследования Н. Сушко и Л. Петровой, на белорусском информационном рынке среди всех изданий, адресованных детям и подросткам, примерно 40% носят развлекательный характер, 50% — учебный и только 10% имеют отношение к самообразовательному и развивающему чтению [4, с. 100]. Это соотношение отражает ориентацию рынка на массовую «развлекательную» печать, деятельность которой направлена на получение прибыли.

Чтобы понять сложность ситуации традиционной газетно-журнальной прессы, десятилетиями выпускаемой для белорусских детей, достаточно сопоставить несколько цифр. В 1972 г. тираж газеты «Раніца» («Піянер Беларусі») составлял 361 300 экземпляров, в 2009 г. — 2196 номеров. Общий тираж развлекательного журнала для подростков «Волшебный» сегодня достигает 42 000 экземпляров.

Снижение тиражей отечественной периодики, которое отмечается в последние годы [5, с. 15], приводит к тому, что белорусскоязычные издания перестают существовать как самостоятельные органы печати: «Раніца» становится ежемесячным приложением к газете «Переходный возраст» (около 5000 экз.), «Бярозка» — к журналу «Маладосць» (около 2000 экз.). В результате конвергентности части детских газет и журналов стирается специфичность бе-

лорусской прессы для детей, что негативно сказывается на возможности белорусскоязычной периодики распространять знания о национальной культуре, популяризировать среди детей белорусский язык и литературу.

Наряду с тенденцией трансформации качественного состава детской печати, *коммерциализации* детской прессы *изменяется информационное поведение детей*. Чтение для них становится функциональным и прагматичным, превращаясь в легкое и развлекательное средство для приятного отдыха [6].

Согласно результатам социологического исследования, у детей среднего и старшего школьного возраста чтение прессы «теснит» традиционное чтение книг «для души», и большее предпочтение отдается журналам (89,6%), а не газетам (43,1%) [7, с. 16]. Учеными доказано, что у современных детей увеличивается интерес к «модной» в их среде печатной продукции, к периодике с большим количеством иллюстраций, распространяющей легкую для восприятия развлекательную информацию [8, с. 133]. В частности, читатели 9–10 лет предпочитают «диснеевские» журналы и комиксы, мало внимания уделяя научно-познавательным изданиям [9, с. 49]. Ребята постарше выбирают молодежные, развлекательные и специализированные газеты и журналы, останавливая свой выбор на остросюжетных «приключениях», фантастике и детективах [10, с. 124–127].

Такое информационное поведение детей исследователи объясняют по-разному. Одни связывают его с перестройкой психологической системы человека [11, с. 11], [12, с. 92]. Замечено, что в последние 20 лет резко обострился исторический «кризис детства», который вызывает психологическое неблагополучие подрастающего поколения. Другие объясняют изменение читательского поведения трансформацией специфики восприятия детьми печатного слова, которое становится поверхностным, мозаичным, «клиповым» [13, с. 115]. В результате этого все большее предпочтение школьники отдают малым жанровым формам, не требующим глубокого сосредоточения, — небольшим публикациям из газет и журналов [14, с. 29]. Третьи ссылаются на доступность массовых периодических изданий по цене и по распространению (в отличие от большинства научно-популярных изданий) [15]. Четвертые связывают неподдельный интерес детей и подростков к развлекательным газетам и журналам с их специфическим содержанием, которое спекулирует на возрастных особенностях подростков, предлагает упрощенные схемы социально-психологических ситуаций [16, с. 337], [8, с. 122], [17]. Пятые — с возрастанием воздействия на

аудиторию «нижнего слоя аудиовизуальной массовой культуры», получившей свою экспансию благодаря бурному росту различных каналов массовой коммуникации [15, с. 138].

В Беларуси свободное время просмотра телевизора уделяют 48,7% младших школьников и 53,4% подростков [7, с. 9]. Увеличение роли телевидения и интернета в жизни детей сказывается на характере получения ими информации. Если процесс чтения печатного издания позволяет ребенку воспринимать информацию в структурированном виде, способствуя его самообразованию, то аудиовизуальная информация представляет собой «мозаику» разрозненных и несистематизированных сведений. По мнению социолога И. Бутенко, телевизионное воспитание приводит к формированию у ребенка бессистемного набора фрагментов знаний о мире, порождает пассивное сознание [18, с. 53]. При отсутствии потребности в чтении у детей не развивается привычка к сосредоточенному вниманию, «умению интеллектуально трудиться» [19]. Под влиянием телевидения и интернета усиливается интерес к темам и персонажам, которые широко представлены на телеэкране. В результате дети отдают предпочтение печатной продукции, которая представлена узнаваемым видеорядом, — ярким иллюстрированным журналам с всемирно известными героями на полосах.

Обозначенные тенденции функционирования прессы для детей отражаются на характере оформления газет и журналов.

В графическом моделировании современного периодического издания для детей увеличивается коммерческое значение внешней формы номера. Газетам и журналам придаются визуальные свойства, привлекающие взгляд детской аудитории и демонстрирующие графические преимущества одних изданий перед другими. Повышение контрастности акцентных элементов — заголовков, иллюстраций, цветных «подложек» — становится определяющей тенденцией моделирования изданий, а стремление к визуализации информации формирует нестандартную практику использования текстовых и акцентных шрифтовых гарнитур в сочетании с иллюстративными выразительными средствами.

Индивидуализация материалов обеспечивается за счет изменения формы публикаций, применения эстетического метода шрифтового оформления и различных способов цветовых сочетаний, отражающих характер распределения основных и вспомогательных хроматических компонентов на полосе. К примеру, в современных газетах и журналах для подростков

усиление колористичности и насыщенности полос достигается за счет использования трех и более цветных элементов (заголовков, рубрик, фона, текста), каждый из которых может различаться по конфигурации и размеру. Вместе с тем первостепенное значение имеет не функциональная роль цвета (ориентирование читателя на полосу и в номере), а декоративно-эстетическая (украшение, привлечение внимания), что отражается на целостности цветовых решений и степени их соответствия содержательным моделям периодических изданий.

Изучение особенностей иллюстрирования газетно-журнальной периодики для детей дошкольного и младшего школьного возраста, показывает, что на рынке печати на ряду с изданиями, располагающими на полосах рисунки и фотографии высокого качества («Рюкзачишка», «Детская книжка-малышка», «Вясёлка», «Рюкзачок», «Крынічка»), широко распространяется пресса, публикующая изображения с нарушением художественных принципов иллюстрирования, а именно: нагромождением одного сюжетного рисунка на другой, повышенной экспрессией (герои изображаются с неестественной мимикой, в неузнаваемых ракурсах), диспропорциональностью силуэтов и разрозненной композицией (развлекательная пресса, «Умняша», «Тигра», «Сказка на ночь», «Дюймовочка»). Графические модели журналов разрабатываются с ориентацией на яркость и оригинальность без опоры на специфику детского восприятия, содержание изданий и их типов.

В прессе для детей среднего и старшего школьного возраста увеличивается значение иллюстраций, для которых характерна достоверность запечатленного, психологизм и индивидуализация характеров. Основной изобразительный ряд формируют фотоснимки. Вместе с тем в одних изданиях («Стрекоза», «Рюкзак») фотопубликация замыкает на себе остальные материалы и является исходной точкой знакомства с содержанием номера; другие (журналы «Апельсин», «Развлекательный каламбур», «Когда ты один дома», «Качели», газеты «Переходный возраст», «Юный спасатель») используют фотоматериал бессистемно, попеременно с мелкими рисунками, не расставляя смысловые и оформительские акценты.

Выводы. Исследование тенденций функционирования современной прессы для детей и изучение специфики ее графического моделирования позволяет сделать следующие выводы:

1. Современная пресса для детей функционирует в условиях коммерциализации печатного рынка, экспансии зарубежных периодических изданий, массового распространения раз-

влекательного печатного продукта и изменения информационного поведения читателей. Следствием текущих процессов становятся снижение тиражей традиционных отечественных газет и журналов, нивелирование специфичности белорусскоязычной периодики для детей.

Необходимость увеличения конкурентоспособности современной белорусской детской периодики требует проведения структурных преобразований сектора печатных СМИ для детей. Целесообразно обеспечить выпуск газет и журналов с четкой дифференциацией по возрастам, интересам и тематическим направлениям. Дифференцированный подход к формированию структуры детской печати даст возможность привлечь интерес однородной части читателей к современной периодике, повысить эффективность воздействия печатных СМИ, а также реализовать новые информационно-издательские проекты, учитывающие особенности детского восприятия, в рамках развития интернет-технологий.

2. В графическом моделировании детской периодики наблюдаются увеличение коммерческого значения внешней формы номера, повышение контрастности акцентных элементов полосы, преобладание декоративно-эстетической функции цвета над утилитарной, а также существенные различия в качестве иллюстрирования изданий одного типа. Одновременно обнаруживается парадоксальная тенденция: совершенствование компьютерных графических программ не гарантирует повышения художественного уровня прессы. Наоборот, упрощение технологии оформления детских газет и журналов ведет к появлению большого количества изданий со схематичным изображением персонажей, непрофессиональными приемами фотоиллюстрирования, избыточностью цветовых акцентов на страницах, нарушением целостности полосных композиций.

Повысить эстетическую ценность прессы способны рисунки профессиональных художников с динамичной цельной композицией, органично вписывающиеся в текстовый комплекс, соответствующие его содержанию, развивающие в читателе эстетический вкус и умение замечать прекрасное. Ориентация на отечественные идеалы-образы, веками служившие основой воспитания и просвещения юных белорусов и обладающие огромным духовно-нравственным и эстетическим потенциалом, в сочетании с современными технологиями достижения графической выразительности полос создадут условия для обогащения духовного мира детей, развития их мышления, творческих способностей, приобщения к духовным и эстетическим идеалам их родителей.

Литература

1. Пролесковский О. В. Участникам 12-й Международной научно-практической конференции «Журналистика – 2010: стан, проблемы і перспектывы» // Журналистыка – 2010: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы XII Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 8–9 снеж. 2010 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2010. С. 3.
2. Данные о СМИ в различных странах // Википедия [Электронный ресурс]: свобод. энцикл. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Средство_массовой_информации (дата доступа: 17.11.2010).
3. Петрова С. А. Детская сетевая пресса Франции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2007. № 5. С. 148–159.
4. Сушко Л. И., Петрова Л. И. Анализ читательских интересов детей и подростков: проблемы чтения, издания и доступности печатной продукции // Труды БГТУ. Сер. 9, Издат. дело и полиграфия. 2009. Вып. 17. С. 97–102.
5. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2010 году: подгот. к заседанию Коллегии М-ва информ. Респ. Беларусь по итогам работы в 2010 г. / М-во информ. Респ. Беларусь. Минск: Кавалер, 2011. 157 с.
6. Ананичев А., Звонарева Л. А у нас мастер-класс. А у вас? // Дет. лит. 2003. № 3. С. 28–29.
7. Современное состояние и тенденции развития детского чтения в Республике Беларусь: по результатам республиканского исследования / Нац. б-ка Беларуси; сост.: М. Г. Пшибытко, О. В. Гаврилович; редкол.: Л. Г. Кирюхина (отв. ред.) [и др.]. Минск: Нац. б-ка Беларуси, 2011. 155 с.
8. Тимофеева И. Н. Дети. Время. Книга: пособие для рук. дет. чтением. М.: Рус. шк. библи. ассоц., 2009. 407 с.
9. Баханов Е. Чем грозят России нечитающие дети // Журналистика и медиаобразование. 2007. № 7. С. 48–52.
10. Касілава Н. М. Чытанне дзяцей у люстэрку бібліятэчнай сацыялогіі. Вопыт НББ па даследаванні структуры і дынамікі чытання дзяцей і падлеткаў Беларусі // Навукова-даследчая дзейнасць Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі на мяжы стагоддзяў: зб. навук. прац / Нац. б-ка Беларусі; склад. Л. Г. Кірухіна; рэдкал.: Г. М. Алейнік (гал. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2002. С. 124–127.
11. Венгер А. Л. Ребенок в обществе: исторический кризис детства // Вопр. психологии. 2008. № 4. С. 3–13.
12. Масалова Е. В. Последствия визуализации современной культуры // Философские ас-

пекты дизайна и искусства: сб. ст. / Рост. гос. акад. архитектуры и искусства; науч. ред. Л. А. Штомпель. Ростов н/Д, 2006. С. 91–103.

13. Тимофеева И. Н. Что и как читать вашему ребенку от года до десяти: энцикл. для родителей по рук. дет. чтением СПб.: РНБ, 2000. 511 с.

14. Веремчук Л. Э. Чтение детей как национальная ценность: результаты исследования чтения детей среднего школьного возраста в публичной библиотеке Брестской области // Библиопанорама. 2009. Вып. 14. С. 25–32.

15. Дети и культура / Б. Сорочкин [и др.]; Рос. акад. наук, Гос. ин-т искусствознания; отв. ред. Б. Ю. Сорочкин. М.: URSS: КомКнига, 2007. 286 с.

16. Кириллова Н. Б. Медиасреда Российской модернизации. М.: Акад. проект, 2005. 398 с.

17. Keithlow S. How much do magazines influence today's teens // EzineArticles [Electronic resource]. 2008. URL: <http://ezinearticles.com/?How-Much-Do-Magazines-Influence-Todays-Teens?&id=1062736> (date of access: 27.02.2011).

18. Бутенко И. А. Тенденции массового чтения // Читающая Россия: мифы и реальность. М.: Либерея, 1996. 207 с.

19. Чудинова В. П. Чтение детей как национальная ценность // Polemika и дискуссии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.polemics.ru/articles/?articleID=2218&hideText=0&itemPage=1> (дата доступа: 16.10.2010).

Поступила 20.03.2014