УДК 070.19:087.5(476)

С. В. Харитонова
Белорусский государственный университет

СОДЕРЖАТЕЛЬНО-ФОРМАЛЬНЫЕ СВОЙСТВА РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ПРЕССЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ КОНЦА XX – НАЧАЛА XXI В.

Цель исследования – выявление содержательно-формальных свойств развлекательной прессы как нового типа детской периодики, зародившегося в конце XX – начале XXI в.

Атором статьи обосновывается актуальность исследования развлекательных газет и журналов для подрастающего поколения в условиях их тотального распространения в белорусской медиасфере новейшего времени, а также кардинальной трансформации типологической структуры национальной системы печатных СМИ.

В исследовании определяются средства реализации развлекательной функции в детской прессе, устанавливается специфика формирования контента изданий, завоевавших наибольшую популярность у читательской аудитории на рубеже веков.

В соответствии с жанрово-тематическими, полиграфическими и визуальными признаками автором статьи впервые проводится дифференциация и систематизация по группам основных ресурсов, с помощью которых в конце XX – начале XXI в. детские периодические издания развлекали целевую аудиторию.

Научная новизна статьи заключается в определении четырех наиболее выраженных в структуре детских газет и журналов групп жанров, которые не только выполняли досуговое назначение, но также играли вспомогательную роль в достижении ключевой цели – развлечения. Автором устанавливаются общие и специфические черты развлекательных печатных СМИ для подрастающего поколения в технологическом и содержательном аспектах, а также выявляются новые аспекты функционирования белорусских газет и журналов для детской аудитории в конце XX – начале XXI в.

Ключевые слова: развлекательная пресса для детей, содержательно-формальные свойства, жанрово-тематические средства, технологические средства.

S. V. Kharitonova
Belarusian State University

CONTENT-FORMAL FEATURES OF ENTERTAINMENT PRESS FOR CHILDREN OF THE LATE XX – BEGINNING XXI CENTURY

The purpose of the research is to identify the content and formal features of the entertainment press as a new type of children's periodicals, which was born in the late XX – early XXI century.

The author of the article substantiates the relevance of the study of entertainment newspapers and magazines for the younger generation in the conditions of their total distribution in the Belarusian media sphere of modern times, as well as the cardinal transformation of the typological structure of the national system of printed media.

The study defines the means of implementing the entertainment function in children's press, and determines the specifics of content formation of publications that gained the most popularity among the readership at the turn of the century.

In accordance with the genre-thematic, printing and visual features, for the first time the author of the article differentiates and systematizes the main resources by groups, with the help of which at the end of XX – beginning XXI century children's periodicals entertained the target audience.

The scientific novelty of the article is to identify the four most pronounced groups of genres in the structure of children's newspapers and magazines, which served not only a leisure purpose, but also played an auxiliary role in achieving the key goal – entertainment. The author establishes the general and specific features of entertainment print media for the younger generation in technological and content aspects, as well as identifies new aspects of the functioning of Belarusian newspapers and magazines for children's audiences at the end of the XX – early XXI century.

Key words: entertainment press for children, content-formal features, genre-themed means, technological means.

Введение. В 90-е гг. XX в. в белорусской системе печатных СМИ для детей появился новый тип периодических изданий – развлекательная пресса. Масштабы ее распространения и популярности среди детского населения ежегодно увеличивались. Согласно результатам

проведенного нами количественного анализа всех газет и журналов, выпущенных для подрастающего поколения в Беларуси с 1992 по 1999 г., из 24 наименований 14 проявляли развлекательные функционально-типологические свойства. Одновременно возрастал суммарный разовый тираж изданий нового типа, что свидетельствовало о зарождавшейся в отечественной медиасфере конца второго тысячелетия тенденции массового распространения развлекательной информации – более 21 016 800 экз. в год.

Возникновение и расширение нового печатного сегмента на белорусском медиарынке для детей было детерминировано кардинальными преобразованиями в социокультурном и политико-экономическом контексте развития национальной журналистики, которое происходило в условиях демократизации, деидеологизации и перехода к рыночным отношениям. Легко адаптирующиеся к формирующимся коммерческим принципам функционирования белорусской медиасферы газеты и журналы предложили детской аудитории альтернативный литературно-художественному и познавательному содержанию «Зорьки» (1945 г.), «Піянера Беларусі» (1929 г.), «Вясёлкі» (1957 г.) и «Бярозкі» (1924 г.) игровой и развлекательный контент.

Вектор, получивший в 1990-е гг. развлекательное направление в развитии национальной системы СМИ для детей, с приходом 2000-х гг. приобрел еще более четкие очертания. Показатели выпуска белорусской газетно-журнальной периодики с новыми содержательными свойствами демонстрировали ежегодный экспоненциальный рост, который сопровождался ее стремительной экспансией среди детского населения. Так, по нашим подсчетам, в 1999 г. на одного ребенка приходилось более 13 экземпляров развлекательных периодических изданий, а в 2012 г. объем их распространения превысил 70 экземпляров на читателя.

В условиях тотального распространения развлекательного контента в белорусской медиасфере новейшего времени и, как следствие, кардинальной трансформации типологической структуры национальной системы печатных СМИ актуализируется исследование содержательно-формальных характеристик нового типа детской периодики, зародившегося в постперестроечный период. Целесообразно определить средства реализации развлекательной функции в прессе для подрастающего поколения, выявить специфические особенности формирования контента изданий, завоевавших наибольшую популярность у детской аудитории в конце XX – начале XXI в., а также систематизировать по группам основные ресурсы, способствовавшие реализации целеполагающей деятельности развлекательной периодики для детской аудитории на рубеже веков.

Основная часть. Развлекательную прессу как тип печатных СМИ современные медиаисследователи рассматривают с многообразных ракурсов, руководствуясь, тем не менее, схожими трактовками, отражающими содержание термина «развлечение».

В контексте исследования рекреационной журналистики различные смысловые границы понятий «отдых», «досуг» и «развлечение» очерчивает Н. А. Федотова, называя последнюю в перечне категорию формой социальной деятельности, которая «регулирует жизнь человека (эмоциональную, интеллектуальную, физическую) и предполагает участие в восстановительно-развивающих занятиях» [1, с. 9–15]. В качестве основных задач культурно-досуговой сферы в журналистике Л. Р. Дускаева и Н. С. Цветова выделяют «духовное развитие личности и социума в условиях свободного времени» и «развлечение, способствующее релаксации, восстановлению сил» [2, с. 179]. Исходя из функциональных характеристик, Ю. М. Коняева анализирует развлекательно-релаксационные издания как вид «досуговой» журналистики, появление которого обусловлено содержательно-тематическими запросами аудитории [3, с. 119]. Таким образом, учеными подчеркиваются «досуговые», «релаксационные» свойства развлекательной журналистики, которые позволяют им отнести ее к типу досуговых (рекреационных) СМИ.

«Временной» фактор свободного времени, а также «восстановительно-развивающий эффект» рекреации, лежащие в основе предложенной типологизации, тем не менее, не достаточны для дифференциации развлекательных периодических изданий для детской аудитории. Выделенным учеными критериям в равной степени соответствуют развивающие, литературно-художественные, информационно-познавательные и другие детские печатные СМИ, рекреационное чтение которых также входит в структуру свободного времени у подрастающего поколения. Следовательно, типологическое отождествление развлекательных детских СМИ с досуговыми и рекреационными не может быть справедливым. В контексте исследования детской журналистики мы предлагаем рассматривать развлекательную прессу как вид досуговых СМИ, а в качестве основания для экстрагирования применять целевую детерминанту.

«Развлечь» как основная цель нового типа детской периодики, зародившегося в постперестроечный период в белорусской медиасфере, согласно словарным дефинициям имеет следующее

смысловое наполнение: «1. Повеселить, доставить кому-нибудь удовольствие. 2. Занимая чем-нибудь, отвлечь от каких-нибудь мыслей, переживаний». Словарь С. И. Ожегова также предлагает трактовку понятия с точки зрения субъекта развлечения, который нацелен: «провести приятно и весело время; занимаясь, отвлечься…» [4, с. 524]. Учитывая совпадение ключевых слов, составляющих суть предложенных определений термина, установим основные ресурсы, способствовавшие реализации целеполагающей деятельности развлекательной периодики для детской аудитории на рубеже XX–XXI вв. – «заниматься» для «удовольствия (веселья)». В соответствии с содержательными и формальными признаками систематизируем используемые средства по группам: тематические, жанровые и технологические, а в качестве главных принципов отбора эмпирического материала для исследования выберем тираж, широту охвата детской аудитории и длительность присутствия на отечественном медиарынке.

Первым детским периодическим изданием нового типа в отечественной медиасфере постперестроечного периода стал журнал «Смекалка» (1993 г.). Он выпускался ежемесячно на протяжении 14 лет под учредительством ОДО «ВУАЛ» тиражом около 30 тыс. экз. На красочной рисованной обложке издания малого формата (60×84 1/16) был указан его тип по целевому назначению – «развлекательно-познавательный» (в некоторых номерах «развлекательный»), а также размещен анонс, который в лаконичной текстовой форме знакомил читателей с основным содержанием номера: *«Призы. Кроссворды. Конкурсы. Игры. Ребусы. Анекдоты. Комиксы»*. Структура журнала, тем не менее, охватывала значительно более широкий диапазон жанров и тем.

На 32 страницах публиковались анекдоты и страшилки (12%), математические задачи (10%), игры (8%), комиксы (8%), стихи читателей и поэтов (7%), раскраски (6%), лабиринты (6%), ребусы (6%), поделки (4%), тесты по психологии и на эрудицию (4%), познавательные заметки (3%). Наибольшую долю в структуре номеров издания занимали кроссворды и сканворды (21%). Тематически журнал ориентировался на читателей младшего и среднего школьного возраста, освещая вопросы общеобразовательной программы о странах (5%), животных (5%), природе (6%), математике (13%), а также затрагивая интересующие детей и подростков темы жизни кумиров (5%), межличностного общения (6%), обучения в школе (19%), популярных мультфильмов (13%) и т. д.

Редакции «Смекалки» удавалось наладить тесную обратную связь с читателями: «*Присылайте нам свои сканворды! Лучший сканворд будет опубликован, а победитель получит 500 рублей*». Дети массово отправляли в журнал собственные игры, задачи и кроссворды и тем самым формировали до 95% всего контента номеров. Дополнительным стимулом для ответной реакции детской аудитории служили ежемесячные розыгрыши, которые анонсировались в конкурсной рубрике «Экзамен». На указанные в ней задания и задачки читатели присылали правильные ответы и в зависимости от сложности решения получали денежное вознаграждение от 200 до 1000 белорусских рублей.

Несмотря на то, что значительную площадь номеров журнала занимали игровые формы (кроссворды, сканворды, лабиринты, ребусы), а также анекдоты художественно-публицистической группы журналистских жанров, которые, по мнению А. А. Тертычного, призваны выполнять развлекательную функцию [5, с. 150–153], материалы «Смекалки» одновременно ориентировались на раскрытие познавательных и интеллектуальных возможностей читателей, уже имеющих базовые знания в различных сферах. Например, на подготовленного читателя были рассчитаны задания: *«запишите тремя восьмерками числа от 0 до 2», «какая птица семейства вьюрковых изображена?»*, *«меховые валенки у народов Севера», «монарх, феодальный владетельный князь у монголов», «сплав меди и цинка с добавками»* и др. (Смекалка, 2001, № 1).

В конце XX в. журнал «Смекалка» впервые предложил белорусским детям содержательную модель развлекательного детского периодического издания, которая, с одной стороны, удовлетворяла досуговые потребности читателей в получении удовольствия и релаксации, а с другой – занимала его игровыми заданиями, стимулирующими к получению новых знаний и развитию мыслительной деятельности.

Оформившуюся коммуникативную стратегию взаимодействия с подрастающим поколением, которая основывалась на цели развлечения и реализовывалась соответствующими жанровыми, тематическими и технологическими средствами, начали использовать пришедшие на отечественный медиарынок на рубеже XX–XXI вв. новые развлекательные газеты и журналы.

Журналы «Каламбур», «Мультик» и «Детская газета» (1997 г.), издания «Мишутка» и «Пикничок» (1998 г.), газеты «Шапокляк» (1999 г.), «Разгадай-ка» и «Незнайка» (2000 г.) и другие СМИ в качестве основных ресурсов, способствовавших реализации развлекательной цели, применяли специфический набор публикаций – анекдоты, страшилки, головоломки, лабиринты, ребусы, кроссворды, сканворды,

игры, раскраски, комиксы, заметки, тесты. Если разделить представленные в детской периодике жанры в соответствии с производимым эффектом на читателя, мы обнаружим, что содержательная структура развлекательных изданий была сформирована *четырьмя основными группами*.

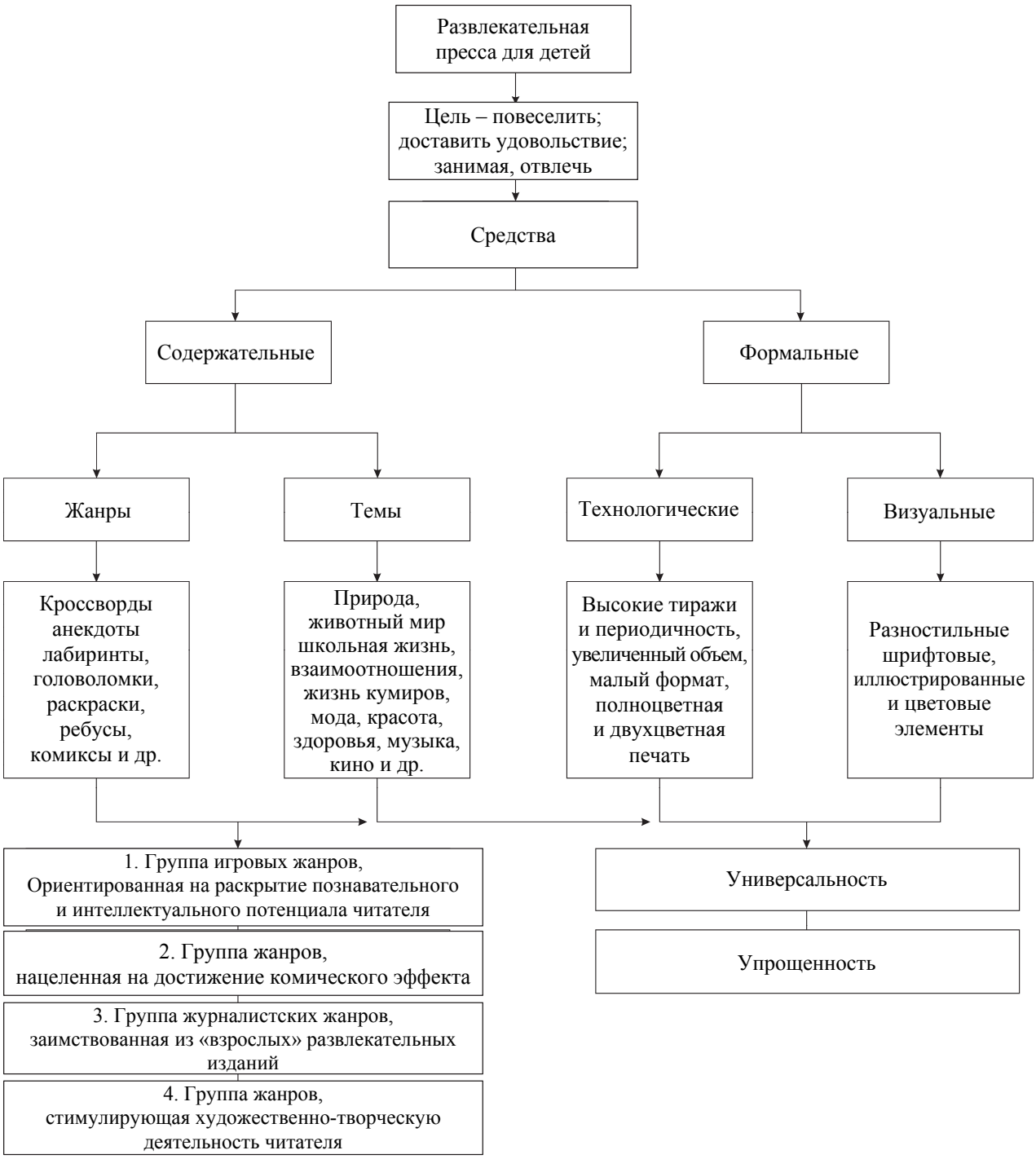
Первая, наиболее многочисленная, состояла из игровых жанровых форм, нацеленных на раскрытие познавательного и интеллектуального потенциала читателя. Их доля в контенте развлекательных печатных СМИ могла достигать 100% («Кроссвордленд», «Давай дружить. Соображайка», «Каламбур», «Разгадай-ка», «Мишутка», «Головастик»). Лабиринты, ребусы, головоломки, кроссворды, сканворды и тесты на эрудицию предлагали читателям разгадать зашифрованные (скрытые) текстовые, числовые либо иллюстративные компоненты. Занимательность обеспечивалась путем включения в игровые задания иллюстративных элементов, изменения форм и направлений ячеек для заполнения, применения различных видов логических задач, а также подбора универсальной тематики, востребованной школьниками младшего, среднего и старшего школьного возраста.

Вторая группа жанров, реализуя развлекательную функцию изданий, ориентировалась на достижение комического эффекта. Анекдоты, страшилки, шутки и комиксы, включенные в содержательную структуру прессы нового типа, благодаря различным стилистическим приемам (каламбуру, иронии, гиперболе) нацеливались развеселить подрастающего читателя, не требуя от него интеллектуального напряжения. Неудивительно, что на отечественном медиарынке стали появляться приложения и спецвыпуски к детской газетно-журнальной периодике, основной контент которых составляли именно комические публикации («Детская веселая газета “Пикничок”», «Детская веселая газета “Шапокляк”», «Мультик. Комиксы», журнал комиксов «Броник», «Комиксы журнала “Развлекательный каламбур”»). Гротесковые свойства юмористических жанров усиливались карикатурным изображением рисованных персонажей, что еще больше увеличивало визуальную привлекательность и популярность развлекательных изданий среди детского населения Беларуси.

Третья группа, представленная преимущественно журналистскими жанрами заметки, обзора, интервью, стала превалирующей в сегменте подростковых печатных СМИ («Газета для девочек» (2001 г.), «Стрекоза» (2005 г.), «Апельсин» и «Волшебный» (2007 г.), «Девчонки» (2011 г.)) в период 2000-х гг., когда в отечественной медиасфере наметилась тенденция более четкой сегментации детской прессы по возрасту читателя. Калькируя жанрово-тематическую структуру массовых развлекательных изданий, рассчитанных на взрослую аудиторию, СМИ для средних и старших школьников публиковали сообщения о фактах и событиях из жизни звезд шоу-бизнеса, новости моды, музыки, кино, спорта; интервью-диалоги со знаменитостями; информационно-познавательные заметки о красоте и здоровье, взаимоотношениях; обзоры и рейтинги популярных кинофильмов, книг и песен; психологические тесты, гороскопы и другую информацию, имеющую низкий уровень актуальности и социальной значимости, но вызывающую неподдельный интерес у подростковой аудитории.

Выделение *четвертой группы* развлекательных жанров – раскрасок – обусловлено увеличением спроса на них среди младшей группы детского населения республики и, соответственно, ростом предложений медиапроизводителей на рынке периодики для подрастающего поколения. Если в 90-е гг. XX в. материалы с контурными картинками для раскрашивания выборочно включались в содержание номеров изданий, то в начале 2000-х гг. в условиях фрагментации типов выпускаемых СМИ в нише развлекательных медиа для детей появились многочисленные серии журналов-раскрасок, предназначенных для дошкольников и младших школьников. Издания «Посмотри и раскрась», «Раскраска для малышей», «Раскраска с подсказкой», «Раскраска с наклейками», «Любимые сказки», «Карандаш», «Дюймовочка», «Бабушкин сундучок», Раскраска-разгадай-ка», «Раскраска-модница», «Раскраска-супертачки», «Раскраски-смешулики», «Раскраски – народные сказки» и сегодня предлагают читателям разукрасить животных, персонажей известных сказок или героев популярных мультипликационных фильмов, не только содействуя развлечению детей путем применения занимательно-игровых приемов (угадывания, движения по точкам), но также стимулируя их художественно-творческую деятельность.

Формальные средства, которые так же, как и содержательные, способствовали реализации целеполагающей деятельности детской развлекательной прессы на рубеже XX–XXI вв., проявляли общие для нее свойства. Так, руководствуясь формальными параметрами периодического печатного издания, зафиксированными в выходных данных и визуальных характеристиках, а также определяющими, по мнению исследователей, его «формально-типологические характеристики (модель)» при выходе на медиарынок [3, с. 108], рассмотрим их в технологическом и визуальном аспектах.



Средства реализации развлекательной цели в СМИ

С технологической точки зрения, описывающей выходные и полиграфические характеристики, развлекательная пресса для детской аудитории демонстрировала высокие показатели периодичности и тиражности. К примеру, средний разовый тираж каждого из самых массовых развлекательных журналов для детей и подростков «Когда ты один дома» и «Каламбур» в 2000 г. превышал 160 тыс. экз., а регулярность выхода насчитывала 12 выпусков в год. Если рассчитать степень охвата изданиями непосредственного потребителя, используя формулу расчета суммарного объема информации изданий $V = T \cdot K$ (где V – объем, T – средний годовой тираж, K – периодичность СМИ) [6, с. 61], мы обнаружим, что он составлял $V = (167\,900 + 167\,900) \cdot (12 + 12) = 335\,800 \cdot 24 = 8\,059\,200$ экз.

Полноцветные и двухцветные газетно-журнальные издания малых форматов (84×108 1/32, 60×84 1/16, 60×90 1/8) с увеличенным объемом номеров выбирали специфические визуальные (композиционно-графические) подходы к оформлению. Для первого – эклектичного – было

характерно комбинирование разностильных выразительных графических элементов (шрифтовых, цветовых, иллюстративных) на странице, которое зачастую нарушало композиционные принципы пропорциональности и равновесия, а также приводило к излишней пестроте и усложнению восприятия вербальной и визуальной информации изданий («Давай дружить. Соображайка», «Один дома», «Мишутка», «Шапокляк», «Незнайка», «Пикничок»).

Второй подход – упрощенный – использовался преимущественно в развлекательной прессе для младшей возрастной группы детей («Посмотри и раскрась», «Раскраска для малышей», «Раскраска с подсказкой», «Раскраска с наклейками», «Любимые сказки», «Карандаш», «Дюймовочка») и выражался в применении оформителями трафаретного решения формы рисунков, шаблонности и схематичности изображения персонажей, а также примитивности воспроизведения художественных образов.

В то же время тенденция, закрепившаяся в сфере сигнального информирования дошкольников и младших школьников, состояла в создании броского визуального образа издания с помощью всевозможных цветовых акцентов. Яркая и красочная визуализация изданий способствовала привлечению внимания целевой аудитории и ее развлечению.

Заключение. Таким образом, исследование содержательно-формальных характеристик нового, развлекательного, типа детской периодики, зародившегося в постперестроечный период, показало, что с целью повеселить, доставить читателю удовольствие, занимая его, отвлечь, издания вида досуговых СМИ в конце XX – начале XXI в. применяли специфические средства, которые в соответствии с жанрово-тематическими, полиграфическими и визуальными признаками мы дифференцировали по группам (рисунок).

Жанрово-тематическая группа ресурсов, способствовавших реализации развлекательной цели, была представлена фиксированным набором публикаций. Анекдоты, страшилки, головоломки, лабиринты, ребусы, кроссворды, сканворды, игры, раскраски, комиксы, заметки, тесты охватывали широкий диапазон тем, интересующих школьников, – от общеобразовательных (о мире животных, природе, обучении и др.) до массово-популярных (о жизни кумиров, межличностном общении, известных мультипликационных и кинофильмах), имеющих, тем не менее, низкий уровень актуальности, социальной и воспитательной значимости.

Среди содержательных средств нами выделены четыре наиболее выраженных в структуре детских газет и журналов группы жанров, которые не только выполняли свое прямое досуговое назначение, но также играли вспомогательную роль в достижении ключевой цели – развлечения.

Первую формировали игровые жанровые формы, ориентированные на раскрытие познавательного и интеллектуального потенциала читателей. Вторая предполагала достижение комического эффекта, нацеливаясь развеселить подрастающего читателя и не требуя от него интеллектуального напряжения. Третью группу представляли журналистские жанры заметок, обзора, интервью в сегменте подростковых печатных СМИ, которые заимствовали жанрово-тематический состав массовых развлекательных изданий, рассчитанных на взрослую аудиторию. Материалы с контурными картинками для раскрашивания образовывали четвертую группу жанровых ресурсов для развлечения детей и стимулирования их художественно-творческой деятельности.

Анализ основных средств реализации развлекательной функции детскими печатными СМИ нового типа помог выявить их общие и специфические черты. С одной стороны, издания характеризовались универсальностью содержательно-формальных свойств. Она проявляла себя в широком диапазоне жанров, тем и возрастных категорий читателя, которому предназначалось издание; в высокой степени охвата детской аудитории; в многообразии и разностильности композиционно-графических средств оформления. С другой – примитивизацией содержательных и визуальных моделей, что выражалось в трансляции упрощенных, шаблонных изобразительных образов, а также в применении фиксированного набора жанров и тем с низкой воспитательной, информационной и эстетической ценностью.

Список литературы

1. Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ: учеб.-метод. комплекс. Минск: БГУ, 2020. 115 с.
2. Дускаева Л. Р., Цветова Н. С. Досуговое направление в российской журналистике: проблемы подготовки специалистов // Учен. записки Забайкал. гос. гуманитарно-педагогического ун-та. Сер.: Профессиональное образование, теория и методика обучения. 2011. № 6. С. 178–183
3. Дускаева Л. Р. Журналистика сферы досуга: учеб. пособие. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. 304 с.
4. Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. 20-е изд. М.: Рус. яз., 1988. 748 с.

5. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. 310 с.
6. Ивченков В. И. Дискурс белорусских СМИ. Организация публицистического текста. Минск: БГУ, 2003. 257 с.

References

1. Fedotova N. A. *Rekreativnye funktsii SMI: ucheb.-metod. kompleks* [Recreative functions of mass media: textbook-method. complex]. Minsk, BGU Publ., 2020. 115 p.
2. Duskaeva L. R., Tsvetova N. S. Leisure direction in Russian journalism: problems of training specialists. *Uchen. zapiski Zabaykal. gos. gumanitarno-pedagogicheskogo un-ta* [Scientific notes of Zabaykalsky state University], 2011, no. 6. pp. 178–183 (In Russian).
3. Duskaeva L. R. *Zhurnalistika sfery dosuga: uchebnoe posobie* [Journalism in the realm of leisure: a tutorial]. St. Petersburg, Vyssh. shkola zhurn. i mas. kommunikatsiy Publ., 2012. 304 p.
4. Ozhegov S. I. *Slovar' russkogo yazyka* [Dictionary of the Russian language]. Moscow, Rus. yaz. Publ., 1988. 748 p.
5. Tertychnyy A. A. *Zhanry periodicheskoy pechati: uchebnoe posobie* [Genres of periodical press. Textbook]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2000. 310 p.
6. Ivchenkov V. I. *Diskurs belorusskikh SMI. Organizatsiya publitsisticheskogo teksta* [Discourse of Belarusian mass media. Organization of a journalistic text]. Minsk, BGU Publ., 2003. 257 p.

Информация об авторе

Харитонова Светлана Вячеславовна − кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой периодической печати и веб-журналистики. Белорусский государственный университет (220004, г. Минск, ул. Кальварийская, 9, Республика Беларусь). E-mail: kharytonavasv@bsu.by

Information about the authors

Kharitonova Svetlana Vyacheslavovna − PhD (Philology), Assosiate Professor, Head of the Department of Periodical Press and Web Journalism. Belarusian State University (9, Kalvariyskaya str., 220004, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: kharytonavasv@bsu.by

Поступила 20.08.2020