

АССОРТИМЕНТ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ НА СОВРЕМЕННОМ ПЕЧАТНОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Цель работы заключается в обзоре многообразия печатной периодической продукции, нацеленной на читательскую категорию детей и подростков.

Детская периодика охватывает весьма широкую читательскую аудиторию. Под аудиторией детской и подростковой печатной прессы традиционно понимаются потенциальные читатели вышеуказанных периодических изданий, возраст которых ограничен интервалом от 1 до 17 лет [1].

Для корректного отражения нынешней ситуации в сфере периодической печати нами был осуществлен анализ представленных в каталоге Национальной библиотеки Беларуси периодических изданий для детей и подростков. На момент написания работы общее количество записей составляет 45 газет и 277 журналов, адресованных на указанную читательскую аудиторию. Для уточнения массива учитывались определенные характеристики, освещаемые в каталожной карточке каждого издания.

Так, из перечня были исключены газеты и журналы для детей, выпускаемые в Российской Федерации и не имеющие аналога в Республике Беларусь. Данное действие было произведено, поскольку мы нацелены охарактеризовать явление периодики для детей и подростков в реалиях конкретно нашей страны, без привязки к межнациональным различиям в процессах подготовки, выпуска и распространения средств массовой информации.

Также из перечня были исключены издания, прекратившие существование (за исключением нескольких, прекративших выход в последний календарный год) или утратившие свою самостоятельность.

В результате обозреваемый перечень доступной для приобретения и подписки периодики представляет собой возрастное, тематическое и жанровое многообразие печатных средств массовой информации, общее число которых составляет 11 газетных и 106 журнальных изданий. В этом массиве значительно преобладают журнальные издания. Компонентный состав каждого из этих видов печатной периодики состоит из изданий различного целевого назначения и читательского адреса.

Упомянув возможность подписки на определенные из учитываемых изданий, обратим внимание на точное количество такой части рынка детской средств массовой информации. Так, на начало 2022 года каталог изданий для детей и подростков, доступных для подписки на Белпочте, насчитывает 11 газет и 63 журнала, выпускаемых в Республике Беларусь.

Исходя из полученных цифр, можно сделать вывод, что массив газетных изданий покрывается способом почтового распространения полностью. Журнальная же периодика в определенном смысле не так доступна и распространена на рынке – в каталоге Белпочты освещены лишь 60% изданий, представленных в каталоге Национальной библиотеки.

Представленное на рынке периодической печати множество изданий, предназначенных для аудитории детей и подростков, может быть рассмотрено с различных позиций для анализа: читательский адрес, возрастные ограничения, тематическая направленность, тираж, периодичность выхода издания и пр. В рамках данной работы остановимся на читательском адресе рассматриваемых периодических изданий.

Читательский адрес – одно из важнейших понятий в теории издательского дела. Именно на основании читательского адреса детские книги, журналы и газеты выделены в отдельную группу. В практике издательского дела это понятие также имеет первостепенное значение, так как определяет требования к детскому изданию.

В теории издательского дела при характеристике детского читателя нередко приводится возрастная классификация, разработанная психологами и отражающая физиологические, психологические, интеллектуальные изменения, происходящие в каждый возрастной период. Однако в издательской практике используется иная возрастная классификация, основанная на специфике понимания текста.

Читательский адрес принято дифференцировать на дошкольный, младший школьный, средний школьный и старший школьный возраст. Согласно ГОСТ СТБ 7.206-2006 «Издания книжные и журнальные для детей. Общие технические условия», в зависимости от читательского адреса и в соответствии с возрастными физиологическими особенностями органов зрения читателя и принятой в гигиене детей и подростков возрастной периодизацией развития детского организма издания подразделяются следующим образом:

- для первой возрастной группы – издания для детей старшего дошкольного возраста от 4 до 6 лет включительно;
- для второй возрастной группы – издания для детей младшего школьного возраста от 7 до 10 лет включительно;

– для третьей возрастной группы – издания для детей среднего школьного возраста от 11 до 14 лет включительно;

– для четвертой возрастной группы – издания для детей старшего школьного возраста (подростков, в том числе абитуриентов) от 15 до 17 лет включительно [2].

Дети до 4 лет в стандарте не учитываются, поскольку в данном возрасте подавляющее большинство информации воспринимается не напрямую через чтение, а от взрослых. ГОСТ не регламентирует технические требования к изданиям, которые предназначены «для чтения взрослыми детям». Таким образом, издания для детей 0–4 лет представляют собой отдельную, хоть и не настолько нормативно оформленную категорию читательской аудитории.

К группе читателей дошкольного возраста относят детей от года до шести лет. Возраст от года до трех лет психологи называют собственно младенчеством. Это время интенсивного психофизиологического развития и первоначального накопления ребенком социального опыта. По отношению к любому изданию ребенок выступает в основном в роли слушателя [3]. Однако даже хоть ребенок еще сам не читает либо читает в минимальной мере, он рассматривает текст, ищет в нем уже известные буквы. Поэтому при подготовке издания для читателей дошкольного возраста первостепенное значение приобретает его оформление. Соответственно, при оценке содержания и работе над усовершенствованием издания особое внимание редактор должен уделить тематике и стилю.

К группе читателей младшего школьного возраста относят детей от шести-семи до десяти лет. В этом возрасте ребенок воспринимает написанное как реальную действительность, долго находится под впечатлением от прочитанного. Также важно, чтобы была очевидна позиция по отношению к персонажам и их поступкам и чтобы она соответствовала морально-нравственным нормам, но при этом сохранялся элемент игры. Редактор должен стремиться сформировать потребность в чтении, вызвать желание дочитать до конца, преодолевая трудности, связанные с невысокой скоростью и техникой чтения.

К группе читателей среднего школьного возраста относятся дети предподросткового и подросткового возраста. В этот возрастной период изменяется самоощущение ребенка: он чувствует себя самостоятельным, независимым, задумывается о профессиональном выборе. Отбор материалов для чтения осуществляется самим ребенком, зачастую под влиянием моды. Авторитетным является мнение сверстников. Подросток стремится найти в издании ситуации, подобные тем, в которые он попадал сам, старается примерить на себя различные роли.

Язык и синтаксис усложняются. Оформление также постепенно приближается к тому, что ориентировано на взрослого читателя.

К группе читателей старшего школьного возраста относят детей от пятнадцати до семнадцати лет. В данном возрастном периоде заканчивается физическое и психическое формирование личности. Соответственно, завершается становление читателя: к семнадцати годам человек либо активно читает, либо обращается к книжным и периодическим изданиям по необходимости. Тематический выбор меньше обусловлен мнением сверстников и значимых взрослых, и гораздо больше – индивидуальными предпочтениями.

Основываясь на выполненном нами анализе массива присутствующих на рынке республики Беларусь периодических изданий для детей и подростков каждая из возрастных категорий представлена следующим количественным образом. Первая группа (до 6 лет) насчитывает 2 газеты и 51 журнал – 46%. Вторая группа (7–10 лет) насчитывает 6 газет и 43 журнала – 42%. Третья группа (11–14 лет) насчитывает 2 газеты и 9 журналов – 9%. И четвертая группа (15–17 лет) насчитывает 1 газету и 2 журнала – 3%.

Таким образом, можно сделать однозначный вывод касательно количественных характеристик ассортимента детских периодических изданий на современном белорусском рынке. Подавляющее большинство настоящих средств массовой информации представляет собой периодику для читателей возрастом до 11 лет.

Резюмируя, также отметим многочисленность данного сектора рынка современной периодики, что в свою очередь вызывает высокую конкуренцию. И разнообразие средств распространения изданий является одним из основных способом оставаться востребованными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кулакова, Н.Л. Тематическая направленность детских и подростковых СМИ, включенных в холдинговые структуры / Н.Л. Кулакова. – Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – 2015. – № 5 (360). – С. 388–394.

2. ГОСТ СТБ 7.206-2006 «Издания книжные и журнальные для детей. Общие технические условия». – Введ. 01.11.2006. – Минск : Госстандарт. – 24 с.

3. Зылевич, Д.П. Редакторская подготовка изданий для детей: учеб. пособие для студентов специальности «Издательское дело» / Д.П. Зылевич. – Минск: БГТУ, 2012. – 194 с.