

УДК 070:316

ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫХ ДОМИНАНТ САМОДЕЯТЕЛЬНОЙ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ РОССИИ ЗА ПЕРИОД С 2000 ПО 2007 ГГ.

© 2009 Н.В. Юмашева

Алтайский государственный университет

Поступила в редакцию 25 мая 2009 года

Аннотация: В статье на основе данных, полученных в результате опроса медиапедагогов, анализируются изменения в самодельных детско-юношеских изданиях России, произошедшие в начале XXI века.

Ключевые слова: журналистика, медиапедагоги, самодельные детско-юношеские издания, социальные функции, ценностно-смысловые доминанты

Abstract: The changes in Russian amateur youth editions, which happened at the beginning of the XXI century, are being analyzed using the results of the media teachers' survey.

Key words: journalism, media teachers, press for kids and teens, social functions, value and sensual dominants.

ВВЕДЕНИЕ

То обстоятельство, что личность журналиста является фактором, определяющим существенные процессы в системе массовых коммуникаций, не вызывает сомнений, пожалуй, даже у далеких от медиасообщества людей. Личностным качествам журналиста как детерминанте его профессиональных характеристик посвящено немало теоретических исследований [1]. Самодельная детско-юношеская журналистика, будучи достаточно специфичным сегментом системы СМИ, в своем функционировании тесно связана со становлением личности юных участников коммуникации, причем как авторов, так и читателей. Потому личностные характеристики участников редакционно-издательского процесса являются определяющими в организации деятельности этих средств массовой информации. В силу этого в качестве объекта изучения был избран не продукт творческой и редакционно-издательской деятельности, не собственно газе-

ты, журналы, теле- и радиoprogramмы, создаваемые детскими коллективами, а процесс работы над ними, система взаимоотношений членов этих коллективов, включая медиапедагогов, рассмотренные через призму восприятия участниками редакционно-издательского процесса. Предметом исследования стала оценка участниками творческого и редакционно-издательского процесса социальной роли детско-юношеской журналистики, ее ценностно-смысловых доминант, а также ее изменение в период с 2000 по 2007 год.

Социологическое исследование проводилось в два этапа с интервалом в 7 лет. Первый был осуществлен в августе 2000 года, во время Всероссийского форума Общероссийской общественной организации «Лига юных журналистов», проходившего в Звенигороде. В форуме принимали участие делегации детско-юношеских изданий из различных регионов России, в составе каждой были школьники и хотя бы один медиапедагог — либо руководитель, либо сотрудник издания, студии журналистики, детского пресс-центра. Среди этого контингента и был проведен опрос экспертов, посвященный проблемам функциониро-

© Юмашева Н.В., 2009

вания детско-юношеских средств массовой информации. Опрос проводился в форме анкетирования, вопросы были преимущественно открытые и давали возможность медиапедагогам свободно высказаться на тему целей и задач, которые ставит перед собой детско-юношеская журналистика, ее роли для молодого поколения и общества в целом. Всего было опрошено 32 человека.

Аналогичный опрос был проведен в 2007 году – через электронную рассылку, действующую среди членов Российской Лиги юных журналистов, на фестивалях юных журналистов, проходивших в Сибирском регионе. В общей сложности в опросе приняли участие 142 медиапедагога, в большинстве своем руководители школьных изданий Алтайского края, Кемеровской и Новосибирской областей, а также редакторы и сотрудники областных и городских детско-юношеских СМИ различных регионов России (Сахалин, Оренбург, Волгоград, Самара, Архангельск, Калининград, Татарстан, Бурятия, Чувашия, Омск, Томск, Кемерово, Новосибирск, Барнаул).

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сопоставление результатов, полученных в 2000 и в 2007, продемонстрировало серьезные изменения, произошедшие в детско-юношеской журналистике.

Анкеты позволяют определить качественный состав детско-юношеских изданий, представленных на фестивале 2000 года, их можно воспринимать как достаточно достоверный срез ситуации в детско-юношеской журналистике России в целом. Подавляющее большинство медиапедагогов (71,9%) представляли редакции газет, в том числе три из них (9,4%) были учреждены редакциями «взрослых» СМИ и выходили как приложения, их созданием и работой с юнкорами занимались штатные журналисты. Кроме того, четыре тематические юнкорские страницы в местных газетах (12,5%), создаваемые на базе учреждений дополнительного образования детей (руководитель творческого объединения юных журналистов, как правило, совмещал педагогическую работу в УДО с работой журналиста редакции). Было представлено четыре пресс-центра (12,5%), не имевших постоянной формы воплощения своего информационного продукта и публиковавших отдельные материалы, написанные юнкорами, в различных местных изданиях. Две радиостудии (6,3%), пять телестудий (15,6%) и всего одно интернет-издание, существовавшее в Самарской гимназии № 11, реализовавшей проект ЮНЕСКО и имевшей соответствующее финансирование. Четыре творческих объединения (12,5%) создавали больше одного вида информационного продукта:

уже названная Самарская гимназия имела телестудию, интернет-издание и издавала печатную газету; редакция московской газеты, учрежденной управлением образования, снимала видеoversию номеров газеты и размещала ее на городском телеканале; Междуреченский центр детского творчества (Кемеровская область) издавал газету, информационный бюллетень и имел видеостудию; детский телевизионный пресс-центр, существовавший при ТРК «Петербург», готовил еще и материалы для газет.

Значительная часть СМИ (37,5%) существовала к тому времени не более трех лет. Возраст достаточно большого массива (28,1%) был в диапазоне 6-8 лет, два творческих объединения (6,3%) существовали на тот момент более 10 лет.

Большинство СМИ имело областной (краевой, республиканский) или городской статус (75%), одно всероссийское издание – «Юношеская газета». Школьных СМИ было всего лишь два: уже названный ранее пресс-центр Самарской гимназии № 11, имевшей такую возможность благодаря проекту ЮНЕСКО, и газета Норильского кадетского корпуса, который отличался лучшим, чем многие другие образовательные учреждения, материальным положением, поскольку находился под личным патронажем губернатора Красноярского края А.И.Лебеда, кроме того, учредителем корпуса являлся АО «Норильский комбинат». Большинство же школ не имело возможности выпускать собственное тиражное издание, а создаваемые в школах стенные газеты лишь с большой натяжкой можно было назвать периодической печатью, и педагоги, ответственные за их выпуск, не осознавали своей причастности к медиасфере.

В качестве источника финансирования большинство (65,6%) называет бюджеты разных уровней – от федерального до муниципального, в ряде случаев финансирование осуществляется через образовательное учреждение. 46,9% упомянули об участии спонсорских средств в оплате расходов на производство СМИ. Почти четверть (21,8%) самодеятельных детско-юношеских СМИ существовали при поддержке «взрослых» средств массовой коммуникации: от бесплатного предоставления эфира до полного финансирования в случае, если это тематическая страница или приложение. 15,6% опрошенных назвали в качестве источника средств реализацию, это значительное число, если учесть, что в 2000 году детско-юношеские СМИ еще только начинали осваивать рыночные отношения, по этой причине рекламу не упомянул ни один из респондентов. Только один раз в опросе прозвучали грантовые средства – их назвал сотрудник всероссийской «Юношеской газеты», учрежденной творческим объединением «ЮНПРЕСС».

Многие издания (28,1%) так или иначе были связаны с общественными организациями. Чаще всего они не принимали участия в финансировании СМИ, а являлись добровольным объединением детей и взрослых в целях реализации своих гражданских инициатив. Среди таких организаций «ЮНПРЕСС», созданный для поддержки детского творчества и защиты прав и интересов детей через СМИ, аналогичные ему местные НКО «Бурятия молодая», «Лига начинающих журналистов Республики Башкортостан»; общественно-политические организации «Молодежный парламент» (Санкт-Петербург), фонд «Гражданин Кинель-Черкассы – гражданин России» (Самарская область), «Школа прав человека» (Рязань).

В подавляющем большинстве творческих объединений (78,6%) помимо практической работы велись занятия по журналистике, 40,6% редакций имели связь с профильными факультетами вузов. Абсолютно во всех (100%) коллективах проходили помимо занятий еще и совместные мероприятия: пресс-конференции, деловые игры, дискуссии, походы, экскурсии. Очень многие творческие объединения существовали не только как редакции, но и как клубы общения, одной из форм самореализации их членов могли быть различные социальные акции – благотворительные, экологические и т.п.

Типологическая структура самодеятельной детско-юношеской журналистики, судя по опросу 2007 года, спустя 7 лет осталась практически прежней: подавляющее большинство респондентов представляли газеты – 83%, появился еще один тип печатной периодики – журнал (8,5%), доля радио, которая и в 2000 году была чрезвычайно мала, снизилась до степени незначительности – 0,7%, что можно объяснить последовательным вытеснением публицистического радиовещания музыкальным и, в силу этого, значительным снижением популярности радио как информационного источника. Доля телевидения осталась на том же уровне – 12,7%; несмотря на мощное вторжение в жизнь Интернета, количество сетевых проектов увеличилось незначительно – до 4,9% по сравнению с 3,1% в 2000 году.

Внедрение информационных технологий в школьные образовательные программы, оснащение школ компьютерной техникой привело к тому, что доминирующим в системе детско-юношеских СМИ стало школьное издание: 65,4% респондентов представляют издания, выпускаемые гимназиями, лицеями, общеобразовательными школами. Примерно на том же уровне осталось число студий журналистики, работающих в учреждениях дополнитель-

ного образования – 20,4. Областные, краевые, республиканские СМИ в данном опросе представлены в объеме 14%. Необходимо оговориться, что это числовое значение не отражает реальной пропорции, так как медиапедагоги школ и центров творчества приняли участие в опросе только из трех субъектов Федерации, тогда как сотрудники областных, краевых республиканских СМИ – из многих регионов России, поскольку для достижения целей данного исследования необходимо было участие в опросе контингента, близкого по своему составу к респондентам 2000 года.

Интересно, что, несмотря на значительное развитие третьего сектора, о том, что СМИ каким-то образом связано с НКО, упомянули только 8,2% респондентов.

Существенным образом изменилась структура источников финансирования. Всего лишь 14,8% опрошенных назвали в качестве источника средств бюджет. 40,8% газет издается на средства образовательных учреждений, но это средства не бюджета, а попечительских советов, добровольные пожертвования родителей, средства, полученные за дополнительные платные услуги. Выросло число респондентов, назвавших в качестве источника финансов реализацию – 21,1%, появилось упоминание о привлечении рекламы – 4,2%. Увеличилось использование грантовых средств – 9,9%. Значительно снизилось значение спонсорских средств – 15,5%, а также участие в судьбе детско-юношеских изданий «взрослых» СМИ – 9,9%.

Возраст почти половины СМИ (48,6%) к моменту проведения опроса 2007 года составлял менее трех лет. Если же вычленим средства массовой информации, созданные в течение последних семи лет (то есть после проведения первого опроса), то их доля составит 79,6%.

Неожиданным кажется тот факт, что, при резком возрастании представленности образовательных учреждений, уменьшилась до 68% доля респондентов, отметивших, что в их творческих объединениях ведутся занятия для юных корреспондентов. Наличие связи с профильными факультетами вузов зафиксировали вдвое меньше респондентов, чем в 2000 году, – 21,8%. В той же мере уменьшилось и число коллективов, в которых проводятся мероприятия помимо собственно редакционной деятельности: 57,7% вместо 100%.

Анкететы позволяют сформировать и представление о социальных характеристиках респондентов.

Респонденты 2000 года в среднем несколько моложе. Подавляющее большинство участников обоих опросов – женщины, в 2000 году

мужчин все же в два с лишним раза больше: 18,8% в отличие от 8,5% в 2007 году. Абсолютное большинство респондентов 2000 года живет в городах: 59,4% в областных и краевых центрах, столицах автономных республик, 37,5% в городах районного статуса. Это вполне закономерно, поскольку на рубеже XX и XXI веков сельская местность не располагала материально-технической базой для выпуска самостоятельных детско-юношеских изданий. За семь лет ситуация существенно изменилась, и среди респондентов 2007 года 21,1% медиапедагогов, осуществляющих выпуск детско-юношеских газет и журналов в поселках и селах – районных центрах, а 3,5% – в селах районного подчинения. Хотя по большей части детско-юношеская журналистика развивается по-прежнему в городах: 47,9% опрошенных в 2007 году – жители столиц субъектов федерации, 27,5 – городов, являющихся центрами районов.

Образовательный уровень участников двух опросов практически одинаков: высшее образование имеют 93,8% респондентов 2000 года и 93% – 2007-го, остальные – среднее специальное либо незаконченное высшее. Однако существенно отличается специализация: среди участников опроса 2000 года 43% имеют специальное журналистское образование, в 2007 году – только 13%. Значительные отличия и в степени погруженности в редакционно-издательский процесс: для большинства респондентов 2000 года (59,4%) работа в детско-юношеских изданиях является основной, тогда как в 2007 этот показатель составил всего 18,7%, а более четырех пятых занимались самостоятельной журналистикой по совместительству. Характер совмещения тоже несколько различен. В 2000 году медиапедагоги помимо детских редакций работали в административных органах – 12,5%, чаще всего – в комитетах и отделах по делам молодежи, на их базе и издавались газета и журнал; в вузах, преимущественно на кафедрах журналистики либо родственных, – 18,8%; в средствах массовой информации, то есть сами занимались журналистским творчеством – 25%; в учреждениях дополнительного образования, где помимо студий журналистики вели занятия в других творческих объединениях – 28,1%. К 2007 году ситуация значительно изменилась: как уже было сказано, серьезно улучшилась материально-техническая база школ, широкое распространение нашли идеи медиаобразования, и в опросе 2007 года приняли участие 61,2% школьных учителей. Педагогической деятельностью, не связанной с журналистикой, в учреждениях дополнительного образования детей занимались 10,6% опрошенных. Совмеща-

ют работу в самостоятельных детско-юношеских СМИ с собственным журналистским творчеством 12,6% – вдвое меньше, чем семь лет назад; вузовских преподавателей стало меньше в 9 раз: 2,1%. Специалистов административных органов среди опрошенных в 2007 году зафиксировано не было.

Существенные изменения в системе самостоятельных детско-юношеских средств массовой информации, в составе их руководителей сказались и на восприятии медиапедагогами роли детско-юношеской журналистики в обществе, ее основных ценностно-смысловых доминант.

Особенно ярко отличия проявились при ответе на вопросы, касающиеся социальных функций детско-юношеской журналистики. Прежде всего, в 2000 году случаи, когда респонденты не отвечают на вопросы этого раздела анкеты немногочисленны, в основном же ответы развернутые, эмоциональные, метафоричные. В 2007 году 12,8% вообще не дают ответа ни на один вопрос о социальных функциях, 37,6% не дают ответа на вопрос о том, какие функции она выполняет в настоящее время. Таким образом, 24,8% опрошенных, ответив на вопрос о том, какие функции должна выполнять детско-юношеская журналистика, затруднились определить реально выполняемые ими функции. А на вопрос о том, каковы причины несоответствия, если таковые есть, вообще не стала отвечать почти половина респондентов в 2007 году – 48,2%. Незначительно, но снизилась (с 25 до 18,4 процентов) доля тех, кто считает, что детско-юношеская журналистика успешно выполняет свои функции. Таким образом, выросло число медиапедагогов, негативно оценивающих состояние детско-юношеской журналистики.

Существенны расхождения в оценках при определении приоритетных функций детско-юношеской журналистики.

В 2000 году однозначно лидирует выражение молодым поколением своих взглядов, интересов, эту функцию выделяют 37,5% опрошенных, в ответах на вопрос неоднократно фигурирует такое определение детско-юношеских СМИ, как «трибуна молодого поколения», «трибуна для выражения интересов, мнений детей». При этом подчеркивается значимость предоставления подросткам возможности выразить то, что их волнует: «дать ребенку высказаться и не мешать ему самостоятельно осознать происходящее вокруг»; «это территория общения для всех, кого волнуют молодежные проблемы и в то же время – лакмусовая бумажка, показывающая настроение молодых». В опросе 2007 года представленность этой функции резко

снижается, ее называют лишь 14,2% респондентов, причем частотное в 2000 году определение «трибуна» встречается только один раз, и то употребленное с оговоркой, в кавычках: «так называемая, «трибунная» функция», зато дважды встречается другой термин: «подиум для выражения мнений подростков», «подиум для того, чтобы высказаться».

В то же время в 2007 году появляется аналогичная функция, совершенно не представленная в 2000 году, – освещение проблем подростков, где главная роль отводится педагогам, их воспитательному воздействию: «научить видеть проблемы, свойственные их возрасту», «освещать проблемы, интересующие молодежь, с целью формирования активной жизненной позиции школьников». Эту функцию выделяет 10,6% респондентов.

Тесно соприкасается с выражением молодежью своих мыслей и чувств такая функция, как налаживание диалога между молодым и старшим поколением. В 2000 году ответы, касающиеся диалога поколений, изложены эмоционально: «помочь детям достучаться до взрослых», «прокричать о себе во весь голос, так, чтобы наконец услышали», «Необходимо, чтобы юные граждане были равноправны со взрослыми. В России же до сих пор существует особый вид социальной дискриминации – дискриминация по возрастному признаку. Грамотная и интеллигентная борьба с ней – одна из основных функций детско-юношеской журналистики». В 2007 году эту функцию выделяют лишь 3,6% респондентов – в 5,2 раза меньше, формулировки либо нейтральны: «диалог между взрослыми и детьми», либо имеют утилитарно-практическую ориентацию: «находить ответы во взаимоотношениях с педагогами».

С возможностью быть услышанными и понятыми переключается такое предназначение самодеятельных детско-юношеских СМИ, как социальная адаптация детей. По количеству «проголосовавших» за нее в 2000 году, она занимает второе место, набрав 28,1%. В 2007 году ее роль снижается почти в полтора раза: социальную адаптацию называют 19,9%, изменяется и качественное наполнение: в 2000 году речь шла преимущественно о снижении драматизма освоения подростком социальной действительности: «научить не бояться жизни», «помочь ребенку адаптироваться в мире, решить личные проблемы», «социализация подростка, адаптация в условиях современной действительности», то в 2007 году речь идет, как правило, об успешной интеграции в общество, успешной самореализации: «помочь детям найти свое место в обществе», «уверенно войти во взрослую

жизнь», «воспитание успешной личности». Хотя в целом в обоих массивах преобладают нейтральные формулировки: «содействие процессу социализации молодежи путем вовлечения в редакционно-издательскую деятельность», «полигон для самовыражения, адаптации в социуме», «помогать адаптироваться во взрослой жизни, приобретать уверенность».

Возможно, изменение смыслового наполнения социальной адаптации и уменьшение ее актуальности в восприятии медиапедагогов можно отнести за счет некоторой стабилизации социально-экономической обстановки в стране и снижения степени драматизма процесса освоения подростком реалий современного общества.

Необходимым условием успешной социальной адаптации является личностный рост молодого человека, В 2000 году содействие личностному росту детей, занимающихся журналистикой в качестве одной из основных функций самодеятельных детско-юношеских СМИ называют 25% респондентов. В 2007 году эту функцию отмечают лишь 9,3% опрошенных. Формулировки 2000 года содержательнее, в них прослеживается ориентация на гуманистические и демократические ценности: «комплексное развитие личности через все: культуру, религию, общение», «осуществление права детей на свободу слова и на доступ к информации, способствующие интеллектуальному, духовному и психическому развитию подрастающего поколения». В 2007 году, как правило, формулировки лишены концептуального наполнения: «личностный рост подростков», «приобретать форму как личность». Аналогичная трансформация происходит и с одной из основных составляющих личностного роста – формированием мировоззрения, занимающим в 2000 году второе место по частоте упоминания наряду с социальной адаптацией – 28,1%. В 2007 году формирование мировоззрения выделяет вдвое меньше опрошенных – 14,9%, причем несколько меняется модальность: если респонденты в 2000 году считали, что мировоззрение формируется в самостоятельной журналистской деятельности подростков и свою роль определяли как вспомогательную: «помочь определить жизненные ценности», «показать ребятам (как юнкорам, так и читателям), что в повседневной жизни много интересного и важного», то респонденты 2007 года гораздо больше прав признают за педагогом-воспитателем: «формировать взгляды, вкусы», «руководить, направлять, формировать вкусы», «определение мировоззрения подростков». Кроме того, изменились качественные характеристики формируемого мировоззрения.

В 2000 году участники опроса чаще всего отмечали неизбежность формирования мировоззрения у подростков, занимающихся журналистикой, не заостряя внимание на том, что это за мировоззрение. Если же характеристика давалась, то акцентировалось внимание на гуманистических ценностях: «интерес к человеку: каждый уникален и неповторим», «познание себя и окружающего мира». В 2007 году гораздо чаще педагоги определяют, какие именно мировоззренческие позиции необходимо формировать, и они, как правило, лежат в социально-политической плоскости: «развитие навыков социального мировоззрения», «умение ориентироваться в общественных процессах».

Выделяя мировоззренческую функцию, 15,6% респондентов 2000 года отмечают формирование собственного взгляда на действительность, независимой точки зрения. В 2007 году эту особенность выделяют лишь 5% опрошенных. Причем в 2000 году формулировки отличаются большей эмоциональной насыщенностью: «свободное и самостоятельное мышление», «смелость в высказывании своих мыслей и стремление прислушаться к чужим». Формулировки 2007 года более нейтральны и нередко подчеркивают большую роль педагога в процессе становления самостоятельного мышления: «учить отстаивать свои мысли, уважать мысли другого», «помочь в выработке собственной точки зрения».

Неудивительно в этом контексте, что кардинальным образом изменилось за семь лет восприятие еще одного аспекта деятельности самостоятельных детско-юношеских СМИ. В 2000 году 15,6% рассматривают детско-юношеские издания как полигон для взращивания интеллектуальной элиты, наиболее прогрессивных членов общества: «Готовить авангард будущего общества России. И власть!», «Формировать гражданский сектор России», то в 2007 году такую функцию не отмечает ни один из респондентов.

Специфика деятельности детей и подростков в журналистских творческих объединениях предопределяет реализацию их творческого потенциала. Значение детско-юношеских СМИ выявления и развития креативных способностей подростков отметили практически в равном объеме участники обоих опросов: в 2000 году 21,9% респондентов, в 2007 году — 18,8%. Так же солидарны респонденты и в определении роли детско-юношеских изданий в освоении основ профессии: 2000 год — 21,9%, 2007 год — 18,8%. С начальной профессиональной подготовкой будущих журналистов тесно соотносится такое направление деятельности детско-юношеских СМИ, как медиаобразование. Ее в качестве одной из важных функций в 2000 году

назвали 15,6% респондентов. Причем сам термин, еще мало тогда вошедший в обиход, называет лишь один человек — руководитель правозащитной молодежной организации, в силу характера своей деятельности неоднократно бывавший за рубежом и принимавший участие в деятельности организаций ЮНЕСКО. Однако сущность, основные цели медиаобразования называют многие: «ориентация в потоке информации», «учить получать необходимую информацию и грамотно ею пользоваться». В 2007 же, когда медиаобразование значительно укрепило свои позиции и популяризировало идеи, количество медиапедагогов, выделяющих его в качестве функции детско-юношеской журналистики, оказывается незначительно, но меньше — 13,5%. Тогда как образование в целом сохраняет свои позиции практически неизменными: 2000 год — 14,9%; 2007 — 15,6%. В большинстве своем респонденты обозначают эту функцию вполне нейтрально: «образовательная» в ряду перечисления с другими прилагательными: «образовательная», «информационная» и т.п. Однако в ряде ответов 2007 года появляется смысловой нюанс, отсутствовавший в 2000 году: «повышение интереса к учебе, развитие интеллекта», «нести научно-познавательную информацию», и даже «повышать эрудицию, что способствует повышению успеваемости».

В одном ряду с образовательной медиапедагоги обеих групп называют воспитательную функцию. В 2000 году в число наиболее часто называемых функций входит нравственное воспитание: оно встречается в 18,8% анкет. В 2007 году его выбирают лишь 2,1%. Причем, если в 2000 году респонденты образно и эмоционально пишут об этой категории: «Нравственная чистота и порядочность, честность и ответственность, милосердие и сострадание», «Подросток должен различать черное от белого, хорошее от плохого, его надо научить сострадать, понимать и уважать других», то формулировки 2007 года сухи и лаконичны.

Среди функций, называемых в 2007 году, первенство держит воспитание гражданственности — 27,7%. В 2000 году эту функцию выделяли лишь 12,5% опрошенных. Кроме того, изменилось наполнение понятия: если в 2000 году под гражданским воспитанием подразумевали «помочь молодежи осознать свое право быть полноправным членом общества», «вырастить культурного человека, готового к жизни в современных социально-экономических условиях, ориентированного на социально значимую деятельность», то среди ответов 2007 года встречаются и такие: «воспитывать достойных граждан гражданского общества, равнодуш-

ных, с активной жизненной позицией», «давать установку молодому поколению на позитивное восприятие жизни, на конструктивный подход к проблеме, а не только на критиканство, воспитание хозяина своего края, города, школы». Подобное понимание гражданского воспитания нашло отражение в работе Л.Б.Доржиевой, исследовавшей школьную прессу Бурятии. Беря за основу формулировку Закона РФ «Об образовании», где гражданственность рассматривается как ответственность, долг гражданина перед отечеством и включает осознание человеком своих прав и обязанностей по отношению к государству, гражданскую организованность и дисциплинированность [2], исследователь пишет о том, что участие в деятельности детско-юношеских СМИ формирует в школьниках «дисциплинированность, уважение и доверие к другим гражданам и к государственной власти, способность выполнять свои обязанности, гармоничное сочетание патриотических, национальных и интернациональных чувств, ... умение лично подчинять общественному (коллективному), умение видеть себя глазами других людей, умение оценивать себя с позиций морали, принципов общественной жизни» [3].

Вообще слово «воспитание» становится в 2007 году более частотным: если в 2000 году его употребляют 25% опрошенных, то в 2007-м – 47 %. В 2000 году, формулируя функции детско-юношеской журналистики, медиапедагоги обычно употребляют выражения «помочь», «создать условия», «дать возможность». В 2007-м им на смену пришли «воспитать» и «сформировать».

Таким образом, детско-юношеские СМИ становятся инструментом педагогического воздействия на подростков, стремление медиапедагогов раскрыть духовное богатство каждой личности, понять позицию каждого молодого человека, создать условия для полноценной реализации его без сомнения огромного потенциала сменяется желанием использовать детско-юношеские издания для решения воспитательных и образовательных задач.

На вопрос о причинах того, что самодеятельная детско-юношеская журналистика не всегда выполняет те функции, для которых она предназначена, респонденты обеих групп часто не дают ответа, хотя в 2000 году тех, кто затруднился с определением причин, несколько меньше (34,4%), чем в 2007 (48,2%). Поскольку ответов на этот вопрос в целом немного, большего смысла выстраивать рейтинг предпочтений нет, правильнее будет говорить о смысловом наполнении ответов, внимательно подходить к каждому утверждению, ибо это оценка экспер-

та. Даже отвлекшись от цифровых показателей, невозможно не заметить, что доминирующей причиной невыполнения детско-юношескими изданиями своего предназначения в 2000 году оказывается та самая неспособность взрослых понять детей, принять их ценности и приоритеты, о необходимости «взломать», «пробить» которую так много говорили медиапедагоги и в ответах на другие вопросы: «различные взгляды на детско-юношеские СМИ взрослых и детей», «необходимо изменить отношение взрослых к детской прессе» и т.п. Взрослых обвиняют даже в откровенном паразитировании, в использовании детской прессы для решения своих (карьерных, политических и т.п.) задач.

Еще один аспект этого же явления – непрофессионализм медиапедагогов: «Взрослые – либо хороший педагог, но не журналист, либо специалист, но не педагог. Неумение организовать сферу деятельности». Самое примечательное, что этот упрек адресуется не третьим лицам, а самим себе, и органично перерастает в эмоционально насыщенное стремление к самоусовершенствованию: «Нужно работать! Здесь нужны штудировка и воля, труд денно и ночно! Все в наших руках!». В сочетании с высокой оценкой духовного потенциала подростков, с напряженным вниманием к их внутреннему миру это обостренное чувство собственной ответственности логично завершает картину отношения медиапедагогов к своим воспитанникам: в большинстве своем они считают представителей юного поколения носителями более высоких духовных качеств, идей, принципов и себе отводят роль проводников, помощников, чьей главной задачей является создание условий для реализации всего того мощнейшего потенциала, который несет в себе молодое поколение.

Говоря о будущем самодеятельной детско-юношеской журналистики, 34,4% опрошенных в 2000 году дают оптимистичные прогнозы, видя основу для дальнейшего роста в сегодняшней практике самодеятельной журналистики, и многообразные направления ее завтрашнего развития. Достаточно большое число медиапедагогов (21,8%) перспективы детско-юношеской журналистики связывает с увеличением внимания власти к этому явлению. Безусловно, в качестве одного из условий успешного развития детско-юношеской журналистики респонденты называют ту самую необходимость пробить стену непонимания, о которой так много ими говорится: «Перспективы во многом зависят от того, сможет ли общество и государство понять и оценить по достоинству те возможности социального развития и творческой самореализации,

которые предоставляет детская пресса. Важно наконец увидеть: ребенок — уже человек; детские СМИ — не игрушка, а столь же серьезная вещь, как и взрослые СМИ. Четвертая власть!»

Залог успешного развития детско-юношеских изданий многие респонденты видят в провозглашаемом ими мощном духовном потенциале молодежи: «Прогнозы самые оптимистичные. Они злее нас, но искреннее и богаче фантазией», «На нее [молодежь] все надежды. Новое поколение должно быть на голову выше нас. Талантливых детей много, надо дать им возможность проявить себя».

Показательна убежденность и в собственной значимости, в том что перспективы развития зависят и от тебя лично в том числе: «Пока я вижу, что это движение крепнет и расширяется. Собственно, все зависит только от нас самих. Будем всюду: в газете, на телевидении, в интернете», «Будут лидеры-энтузиасты — будет детская журналистика».

В то же время есть негативизм в оценке и имеющейся ситуации, и перспектив развития: «Если все останется, как есть, через 7-8 лет детской журналистики не будет», но такие утверждения единичны.

В исследовании, проведенном как раз семь лет спустя, наиболее значимой причиной невыполнения детско-юношескими СМИ своих функций оказалось отсутствие профессиональных руководителей, однако у респондентов 2007 года эта убежденность не сочетается с уверенностью в своих силах и готовностью тратить силы на самосовершенствование, поскольку ситуация воспринимается как внешняя по отношению к ним: «Детско-юношеская журналистика должна базироваться на базе СМИ, а не в учреждениях образования», «Настоящие профессионалы не горят желанием бесплатно заниматься с детьми, давать консультации, а школа не имеет на это денег», «Не хватает профессиональных наставников для детско-юношеских организаций, т.е. таких, которые сами владеют журналистским мастерством и активно публикуются в печати (обычно эту роль выполняют, в лучшем случае, преподаватели русского языка и литературы, что отнюдь не является критерием их профессиональной подготовки как журналиста)».

Многие из опрошиваемых говорят, как и их коллеги семь лет назад, о том, что детско-юношеские СМИ используются в целях, далеких от интересов детей, однако в 2000 году в основе этого явления была личностная составляющая — удовлетворение карьерных, политических и т.п. амбиций, — в 2007 году подчинение СМИ далеким от детского творчества задачам становится проявлением системы: «При-

чина в авторитарности школы. Дети порой боятся писать о проблемах, которые их волнуют, или высказать свое отношение», «Существует диктат со стороны вышестоящих попечительских и т.п. органов, осуществляющих контроль за детско-юношеской журналистикой», «Взрослые полагают, что детская журналистика — интересная игра, наличие школьной газеты — только имидж школы, школьные редакции вынуждены активно включаться в предвыборные и рекламные кампании взрослых». Многие говорят о ситуации в системе СМИ в стране в целом, сказывающейся и на деятельности детско-юношеских изданий: «Цензура СМИ, от которой зависим», «Зависимость СМИ от финансирования, вынужденные публикации на отвлеченные темы (заказные материалы) снижают роль СМИ», «Общая желтизна СМИ», «Коммерциализация СМИ». Часто упоминаются и финансовые проблемы.

Характерно, что в 2007 году встречаются утверждения, диаметрально противоположные установкам 2000 года: в несоответствии должностных и реализуемых функций детско-юношеской журналистики некоторые респонденты обвиняют молодое поколение: «Инертность детей, их нежелание решать проблемы. Направленность на потребление. Клиповое мышление», «Недостаточно сформирована читательская культура детей». Совершенно в духе тенденций 2000 года и отдельные утверждения, связывающие процесс развития детско-юношеских СМИ с высоким потенциалом молодого поколения, идущие в разрез с основными принципами и взглядами, выражаемыми медиапедагогами в 2007 году: «Молодежь со своим принципиальным мировоззрением может внести свежий реальный взгляд на вещи и способствовать идейно-теоретическому и профессиональному развитию средств массовой информации», «Будем развиваться, потому что молодежь у нас неглупая. Она движется вперед и подталкивает нас, взрослых, вмешиваться в самые острые вопросы. Мы не должны их подводить в этом. Все-таки в них наше будущее». Впрочем, таких утверждений всего 3 на 142 анкеты.

Примечательно, что в 2007 году позитивно оценивает перспективы самодеятельной детско-юношеской журналистики такое же в процентном отношении число медиапедагогов, как и в 2000 году: 34% и 34,4% соответственно. Солидарны респонденты 2007 года со своими предшественниками и в том, что связывают перспективы развития детских изданий с изменением отношения власти, что свидетельствует не только о преемственности взглядов, но и о том, что проблема остается по-прежнему акту-

альной: «При поддержке органов государственной политики журналистика для детей и подростков может выйти на значительно более качественный уровень, стать более доступной и притягательной для подростков и руководителей СМИ», «Если не появится серьезная поддержка со стороны государства, некоторые газеты вынуждены будут ради самовыживания привлекать рекламу. Лично я такой поддержки особо не вижу».

Существенным отличием от основных направлений прогнозирования перспектив детско-юношеской журналистики в 2000 году является значительная роль, отводимая в 2007 году новым информационным технологиям. Причем они в понимании медиапедагогов оказываются не самоцелью, а условием и инструментом перехода к качественно новому этапу развития: «Возможность объединения через интернет», «Создание единой информационной системы». Показательно, что информационный обмен, сотрудничество с коллегами называются в качестве необходимых условий развития и безотносительно новых технологий: «Необходимо объединение всех заинтересованных лиц», «создание ассоциации школьных издателей». Есть в 2007 году и случаи негативной оценки перспектив детско-юношеской журналистики, все они связаны с недостаточной финансовой и организационной поддержкой со стороны органов власти: «Крайне неудовлетворительна материально-техническая база большинства газет, если государство не позаботится об изменении ситуации, дети вскоре просто перестанут этой архаикой интересоваться», «Ставки педагогов сокращают, какие перспективы!?»

Таким образом, налицо развитие представлений медиапедагогов о необходимых условиях функционирования средств массовой коммуникации, эволюция оценки места и роли детско-юношеских самостоятельных СМИ в информационном пространстве современной России. В то же время приходится констатировать, что восприятие медиапедагогами редакционно-издательского и творческого процесса стало менее личностным, в большей степени производственно-функциональным, ослабевает интерес к внутреннему миру ребенка, к его неповторимой индивидуальности, вместо этого актуализируется установка на использование СМИ в качестве инструмента воздействия на детей с целью их совершенствования, формировании в их сознании заданных приоритетов, принципов, идей.

В 90-х годах исследователи констатировали переход детско-юношеских изданий от

субъект-объектной парадигмы (где субъектами выступали взрослые, а объектами — подростки) к субъект-субъектной: информационный продукт создается «детьми совместно со взрослыми для детей и для взрослых — родителей и учителей» [4]. Приходится констатировать, что в 2000-х годах процесс стал развиваться в обратном направлении, и результаты двух опросов позволяют сделать вывод о том, что за семь лет изменилась социальная роль и миссия детско-юношеской журналистики: бывшие некогда сферой приложения творческих сил, выражения молодым поколением своего взгляда на мир, упрочения своих социальных позиций, СМИ включаются в учебно-воспитательный процесс, становятся инструментом педагогического воздействия на подростков, в силу чего субъект-субъектные отношения в сфере детско-юношеской журналистики уступают место субъект-объектным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в результате сопоставления данных опросов медиапедагогов, проведенных в 2000 и 2007 годах, можно сделать следующие выводы.

1. В период с 2000 по 2007 год произошло изменение ценностно-смысловых доминант самостоятельной детско-юношеской журналистики в восприятии медиапедагогов, руководящих созданием самостоятельных СМИ, что выразилось, в первую очередь, в трансформации отношений между медиапедагогами и юнкорами от преимущественно субъект-субъектных в 2000 году к преимущественно субъект-объектным в 2007 году. Существовавший в недавнем прошлом диалог трансформируется в одностороннее воздействие.

2. В течение семи лет изменилось представление медиапедагогов о приоритетности функций самостоятельной детско-юношеской журналистики: на смену гуманистическим приоритетам (личностный рост, предоставление возможности выразить свои мысли и чувства) пришли социально-политические ценности, в частности, гражданское и патриотическое воспитание.

3. К 2007 году изменились представления медиапедагогов о детерминантах развития самостоятельной детско-юношеской журналистики: приоритетным условием ее дальнейшего развития стал не человеческий фактор, как это было в 2000 году, а поддержка, в первую очередь, финансовая, со стороны властных структур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Засурский Я.Н., Колесник С.Г., Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист. Российско-американское социологическое исследование. М., 1998.

Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. М, 1996.

Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист. Опыт социологических и социо-психологических исследований. М., 1994.

Сосновская А.М. Журналист: личность и профессионал (психология идентичности). СПб., СПбГУ, 2005.

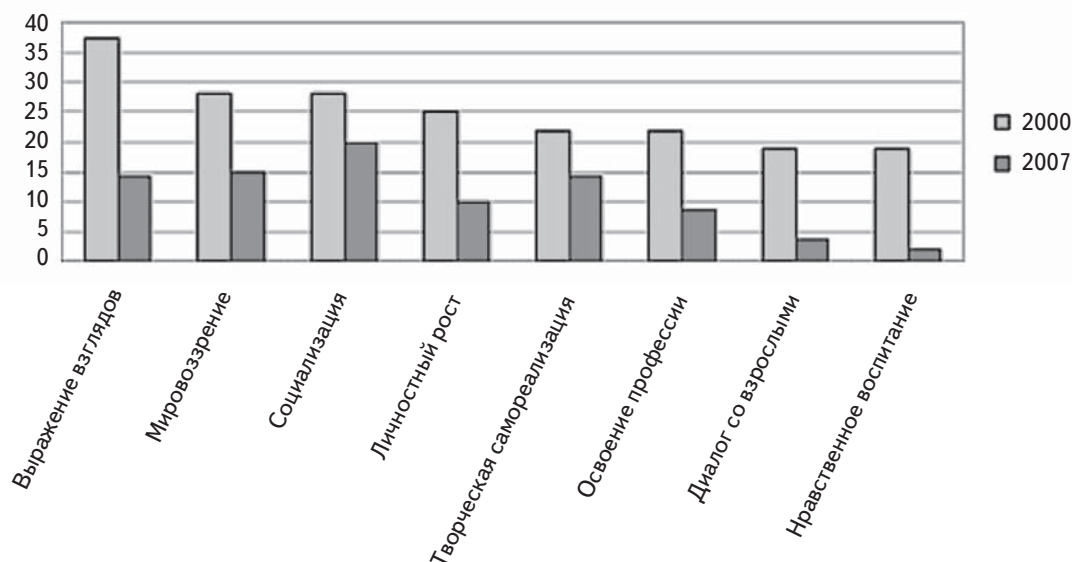
2. Закон РФ «Об образовании». Федеральные законы о правах ребенка с комментариями. Ростов-на-Дону, 2002. с. 182.

3. Доржиева Л.Б. Формирование гражданской ответственности школьников в процессе деятельности детской прессы. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук : 13.00.01 / Улан-Удэ, 2006. с. 17, 24.

4. Шариков А.В. Подростки-телекоммуникаторы: новый феномен национального телевидения России. // Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка. Материалы международного семинара, проходившего 16-17 июля 1993 г. в Звенигороде. М., 1995. с. 11.

ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ

Диаграмма 1. Социальные функции самодетельной детско-юношеской журналистики по данным опросов медиапедагогов в 2000 и 2007 гг.



Юмашева Н.В.
 Алтайский государственный университет.
 Главный редактор краевой детско-юношеской
 газеты «Сами», аспирант.
 e-mail: umna@inbox.ru

Yumasheva N.V.
 Altay State University
 Editor-in-chief of regional children newspaper
 «Sami», post-graduate student