

Секция «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

**Коммуникационные возможности, способствующие развитию
самостоятельных детско-юношеских медиапроектов**

Научный руководитель – Дидковская Наталья Александровна

Солоницына Диана Игоревна

Аспирант

Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского,
Ярославль, Россия

E-mail: Solonizina_Diana@mail.ru

Сейчас самостоятельная детско-юношеская журналистика активно развивается. В школах, центрах дополнительного образования детей культивируются собственные каналы для передачи информации. Если в советское время школы чаще всего имели настенную газету, похожую на плакат, но выполненную по журналистским правилам, реже радиорубку, то сейчас многие школы стремятся организовать медиацентр. Однако, из всех видов доступных медиа: телевидение, радио, интернет, печатные издания (газеты, журналы, альманахи) наиболее популярными в образовательном пространстве были и остаются самостоятельные газеты. Это подтверждает статистика, проведенная исследователями в Екатеринбурге, Оренбурге, Перми.

Нам кажется, что наиболее полно подобные издания характеризует трактовка одного из самых ранних исследователей данной темы. Редактор самостоятельной детско-юношеской газеты «Контакт», кандидат филологических наук Л.А. Вяткина считает, что «Подростковая самостоятельная пресса - это разновидность изданий, в которых субъектами массовой информационной деятельности являются подростки (или их объединения). Такие издания становятся не только участниками массовой информационной деятельности в системе СМИ, но и участвуют в процессах общественной жизни (в первую очередь, таких как общение, образование)».

Школьники в рамках «работы» деятельности по созданию продукта похожего на СМИ становятся субъектами информационной деятельности (школьники по заранее составленному плану работы берут интервью, пишут тексты, собирают новости и т.д.). Данные издания участвуют в информационной жизни организации, они освещают внутреннюю «кухню», знакомят окружающих с конкретными людьми, для которых, кстати, тоже важно внимание. Так, например, в школьных газетах Ярославля зачастую можно найти комментарий вахтера или интервью с методистом. Люди подобных должностей часто оказываются вне внимания, в отличии, например, от педагогов (которых, кстати, тоже иногда знают только дети и родители, посещающие данное объединение) или директора. Труд технического персонала (вахтеров, уборщиц, дворников) не всегда уважают по причине непонимания их роли. Четкая информационная политика образовательного учреждения поможет установить устойчивые взаимосвязи внутри коллектива, рассказать друг-другу и окружающему обществу о том, чем «дышит» образовательная организация. Медиа объединение способно быть посредником в этих вопросах. Школьные медиа рассчитаны, как на подростков (15-18 лет), так и на более молодую аудиторию, пришедшую в первый класс. Хотя и участвуют в процессе производства в основном подростки, есть примеры, когда материалы в школьную газету готовят третьеклассники. Читают подобное СМИ (во всяком случае, знакомятся с содержанием, просматривают или хотя бы знаю о её существовании) и дети и подростки. Исходя, из выше сказанного, мы понимаем этот вид медиа с точки зрения возрастной характеристики как **детско-юношеский**.

Данные медиа в силу своего положения, привязанности к образовательной организации, ограниченности ресурсов и свойственным функциям и задачам для оптимального достижения педагогических целей (данные медиа прежде всего служат для достижения педагогических результатов описанных в дополнительных общеразвивающих программах) являются **самодеятельными**. Профессионал, которым чаще всего является педагог дополнительного образования, руководитель медиаобъединения направляет работу, он знакомит обучающихся с основами профессионального мастерства, слегка корректирует. К тому же выпуск данных медиа хоть и похож на «взрослые СМИ» официально зарегистрированные, на деле же значительно отличается.

Для активных участников процесса - школьников важно быть в центре внимания. Важно иметь статус. Так, например, в детском центре зачастую можно услышать что, танцевальный кружок ребята ходят, они так и говорят «Я хожу в кружок по танцам». Про объединение по журналистике говорят иначе. Чаще всего школьники принадлежность к этому кружку рассказывают через глагол «работаю». Данная подмена понятий произошла давно. Мы разницу терминологии осознаем, поэтому и используем термин «**Средства массовой информации**» (СМИ) подразумевая «Средства массовой коммуникации». Широкой общественности данные медиа известны как «Школьные СМИ» И именно поэтому важно при выпуске школьных изданий ориентироваться на профессиональные ценности журналистики, на которые ориентируются профессиональные СМИ.

Согласно исследованию, проведенному в рамках магистерской диссертации «Роль самодеятельных детско-юношеских СМИ в социализации современных российских подростков» автор выявил, в Ярославском регионе каждая третья образовательная организация имеет свое детско-юношеское средство массовой информации. Необходимо отметить, что в целом детско-юношеские медиапроекты в регионе также активно развиваются. Существенную поддержку в рамках совместной деятельности подобным инициативам в настоящее время готовы оказывать органы государственной власти.

Исследования международного информационного агентства говорят о том, что наиболее востребованными темами у аудитории являются сферы туризма и культуры. Именно эти направления и могут стать теми флагманами развития детско-юношеского медиапроекта. Именно в этих сферах школьникам наиболее доступен самостоятельный поиск информации и необычных спикеров. Кроме того, практически все регионы заинтересованы в формировании положительного имиджа территории, а детско-юношеские медиапроекты могут также способствовать достижению цели. При этом нужно помнить, что форматы медиапроектов, в которых участвуют школьники могут быть самыми разными, это и печатные периодические издания и телевизионные программы, а также радиoprogramмы. Объединяющей площадкой, где происходит тиражирование информации является сеть интернет - это и самые разнообразные социальные сети и сайты образовательных организаций. Также популярностью пользуются и форматы непосредственно связанные с интернет деятельностью - различные посты и подкасты. На основе наблюдения можно предположить, что в Ярославском регионе медиаобъединения SSM направление является лишь дополняющим. Основной акцент педагоги делают на развитии у обучающихся навыков в работе с традиционными журналистскими направлениями, а ведение социальных сетей, как и у «старших» коллег является дополнительным. К слову ГТРК «Ярославия» поднимает интерес к теме вечернего сюжета с помощью анонсов на личных страницах журналистов, директора телерадиокомпании и в официальных группах телеканала. Далее сюжет выходит в эфир, и после основного показа так же становится доступным в социальных сетях. И в социальных сетях также возможна организация дополнительного обсуждения темы. Таким образом можно увидеть, что формат теленовостей и площадка показа в виде выпуска новостей остается также актуальной, а площадка социальных сетей

становится дополнительным ресурсом для продвижения контента.

Самодетельные детско-юношеские медиа являются образовательными и информационными ресурсами российского медийного пространства. Причем, как для тех, кто активно участвует в процессе производства, так и для тех, кто является пассивным участником - просто читателем, зрителем или слушателем.

Источники и литература

- 1) Вяткина, Л.А. Самодетельная подростковая пресса в системе средств массовой информации [Текст]: дис... канд. фил. наук: 10.01.10. / Л.А. Вяткина; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.– Екатеринбург, 1997. – 200с.
- 2) Гонне, Ж. Школьные и лицейские газеты. Пер. с фр. / Общ. ред. и вст. Ст. А.В. Шарикова [Текст] / Ж. Гонне. - М., 2000. – 200с.
- 3) Гостомыслов, А.П. Детская журналистика. Хозрасчетная газета и журнал в школе [Текст] / А.П. Гостомыслов; Учебное пособие – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 352 с.
- 4) Косолапова, Д.И. Дети и подростки как сотрудники ювентильных СМИ (часть 1) [Текст] Д.И. Косолапова // Медиа@льманах. - 2014. - № 5 (64). – 76с.
- 5) Кулакова, Н.Л. Особенности детских и подростковых изданий [Текст]Н. Л. Кулакова// Ломоносов – 2007: материалы секции «Журналистика» международной конф. студ., асп., мол. ученых «Ломоносов 2007». - М., 2007. – 337с.
- 6) Лебедева С.В. Школьные издания как фактор развития медиаобразования в современной России [Текст]: дис... канд. фил. наук: 10.01.10. / С.В. Лебедева; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.– Екатеринбург, 2014. – 176с.
- 7) Халиуллина М.С. Региональная детско-юношеская самодетельная печать в условиях постсоветской трансформации: структурно-функциональные и жанрово-тематические характеристики (на примере периодики Оренбургской области) [Текст]: дис... канд. фил. наук: 10.01.10. / М. С. Халиуллина; Оренбургский государственный педагогический университет.– Оренбург, 2014. – 232с.
- 8) Цымбаленко, С.Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования [Текст] / С. Б. Цымбаленко. - М., 2010. – 256с.