

**Ювенильная журналистика как средство самореализации подростков:
проблемы и возможности**

Лукьянов Иван Сергеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия
E-mail: lukyanov.04@mail.ru

В РФ в последние годы получила широкое развитие ювенильная журналистика. Телеканалы «Карусель», «Детский мир», «СТС Kids», «О!», радиостанции «Детское радио», «Kids FM», печатные издания «Классный журнал», «Квантик», «Глобус», «Костер» и другие медиапроекты - тому подтверждение. Все они созданы для детей и рассказывают об их проблемах и увлечениях.

Все эти проекты детской журналистики создают профессиональные режиссеры, актеры, журналисты или продюсеры. В редакциях ведущих детских радиостанций, телеканалов или издательств нет самих детей, вовлеченных в процесс создания медиапродукта, либо их вклад незначителен. Обычно дети выступают в роли соавторов, чей текст редактируют профессиональные корректоры, соведущих, приглашенных гостей или актеров, предусмотренных сценарием, написанным и утвержденным взрослой редакцией. Попытки создать исключительно детские редколлегии заканчиваются неудачей.

В 2014 г. ООО «ФАСТ КАСТ» учредило детский журнал о театре, кино и ТВ «Creative Orange». Часть материала создавала детская редакция под руководством генерального директора и при поддержке Киноконцерна «Мосфильм». Перед юнкорами открывались все двери: подростки делали репортажи из ВГИКа, Мосфильма, Щукинского училища, брали интервью у известных персон. Медиапроект «Creative Orange» имел ряд недостатков: отсутствие элементарного журналистского образования у юных корреспондентов и краткосрочность из-за ненадежных источников финансирования. Но было и несомненное достоинство - настоящая журналистская практика.

В 2018 г. МЦПО при ТТЦ Останкино поставил перед собой амбициозную задачу по созданию Молодежного телевидения и с этой целью объявил об открытии курсов юных тележурналистов. МЦПО брался обучить подростков работе телеведущего, оператора, звукорежиссера, репортера. Дети создали несколько самостоятельных телепроектов: ток-шоу «Прод», развлекательную новостную программу «Крэш», серию телерепортажей «Секрет успеха» и прочее. Проект МЦПО имел ряд недостатков: образование было коммерческим, не все ведущие мастер-классов владели навыками педагогического мастерства, из-за большой конкуренции на ТВ-рынке несомненно достойными проектами юных журналистов никто не заинтересовался, кроме интернет-аудитории, а мечта о Молодежном телевидении так и осталась мечтой. Достоинство проекта МЦПО в том, что уникальная практика была основана на теории, детей обучали работе в останкинских телестудиях и на выездных объектах, оборудованных по последнему слову техники.

Подобные примеры не единичны и доказывают актуальность давно назревшей проблемы: подростки, желающие реализовать себя в журналистике, не имеют твердой уверенности в том, что их проекты способны конкурировать на профессиональном медиарынке, а обучение на платных курсах не является гарантией профессионального карьерного роста. Это приводит к страху, разочарованию или отторжению к журналистской деятельности.

Кто не испугался трудностей, рано или поздно узнает о существовании Школы юного журналиста при факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (или подобных ей

при других российских вузах, например Школа молодого журналиста ИГСУ РАНХиГС или Школа юного журналиста-международника МГИМО). Именно в ШЮЖ работают профессиональные преподаватели и молодые практики. Обучение в ШЮЖ полностью бесплатное, но есть вступительное испытание, преодолеть которое способны талантливые и целеустремленные старшеклассники, желающие реализовываться в этой сфере. Но даже в ШЮЖ есть свои недостатки: несмотря на доступность профессионального оборудования, неоценимый опыт и знания, которыми делятся уважаемые профессора, доценты и кандидаты наук, практическую реализацию творческих проектов слушателей, будь то печатное издание, фото или видеорепортаж, направленность такого образования локальна и краткосрочна (как правило, работа над проектом проходит только в рамках курса). К несомненным достоинствам ШЮЖ стоит отнести тот факт, что многие выпускники поступают на 1 курс журфака, а полученные знания и опыт не раз выручают их во время лекций, семинаров и при работе в студенческих СМИ: «Моховая 9», «ЖФ Спорт» и пр.

Тенденция последних лет показывает, что в российском обществе назрела задача развития журналистского образования среди детей не только на локальном, но и на государственном уровне. По инициативе Департамента науки и образования г. Москвы в 66 школах столицы в 2021 г. стартовал новый проект предпрофессионального образования - «Медиакласс в Московской школе». [1] Проект реализуется в 6 направлениях совместно с 16 вузами - лидерами в подготовке специалистов в области медиаиндустрии и массовых коммуникаций, среди которых есть и МГУ им. М.В. Ломоносова. [1]

Для реализации проектов талантливых школьников, в том числе и в области журналистики, на платформе «Россия - страна возможностей» в 2020 г. стартовал ежегодный Всероссийский конкурс для школьников 5-10 классов «Большая перемена», победители которого получают грант на обучение или развитие собственного проекта: 9-10-классники - 200000 руб., 11-классники - 1000000 руб. [2] За два года существования конкурса в направлении «Расскажи о главном» (журналистика) насчитывается 215 победителей. Существенная финансовая поддержка государства помогла многим реализовать свои проекты или вложить деньги в высшее образование. [2]

Развитие тенденции господдержки юных журналистов позволяет надеяться на создание полноправных детских редакций, которые заявят о себе смелыми творческими проектами, основанными не только на таланте и энтузиазме подрастающего поколения, но и на качественной предпрофессиональной подготовке.

Источники и литература

- 1) <https://profil.mos.ru/media/> (проект «Медиакласс в Московской школе»)
- 2) <https://bolshayaperemena.online/> (Всероссийский конкурс для школьников «Большая перемена»)