

СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ И ЗАРУБЕЖНАЯ ПРЕССА ДЛЯ ПОДРОСТКОВ: ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ

Хворова В.А.

Тамбовский Государственный университет имени Г.Р. Державина
valeriya_hvorova@mail.ru

Подростковый возраст является одним из самых сложных и противоречивых периодов в жизни человека. Отечественные и зарубежные психологи спорят о том, что является главным фактором развития человека в этом возрасте, какое влияние на личность подростка оказывают социум и различные источники информации. основополагающую суть подросткового периода изложил в своих исследованиях Л.С. Выготский, который определял подростковый возраст как «переход от детского состояния к взрослому» [5]. Именно в переходный период, когда происходит перестройка психических процессов, очень важно создать благоприятные условия для гармоничного развития личности подростка. В это время серьезные изменения претерпевает и система ценностей растущей личности. Важную роль в формировании нравственных ориентиров и интеллекта подростка играют современные печатные СМИ.

С самого начала своего появления детская пресса развивалась в соответствии с отечественными педагогическими традициями. Долгое время понятия подростковой прессы как отдельного сегмента журналистики не существовало. Все газеты и журналы для детей 5 – 17 лет объединялись в категорию детско-юношеской прессы. Главной задачей детско-юношеских изданий было воспитание духовности, толерантности, общечеловеческих нравственных идеалов.

Сегодня ситуация изменилась. Современные детские и подростковые газеты и журналы практически утратили функцию нравственного воспитания. В погоне за коммерческим успехом газеты и журналы стремятся удовлетворить требования массовой культуры, не принимая во внимание тот факт, что «в детстве и отрочестве создаётся интеллектуальная база, на основании которой саморазвивается, самовоспитывается, самообразуется человек» [3]. На страницах детских и подростковых изданий темы вечных человеческих ценностей либо совсем не освещаются, либо рассматриваются как в «кривом зеркале». Хотя средства массовой информации оказывают решающее влияние на формирование интеллектуальной нравственной культуры детей и подростков. С помощью газет и журналов дети и подростки становятся активными участниками коммуникационного процесса. Современное детское медиапространство создаёт условия для новых форм массового общения, где идеология уступила место открытому диалогу.

Такая смена приоритетов в российской подростковой журналистике произошла в конце 90-х годов прошлого века. В это время отечественный медиарынок «открыл двери»

для западных подростковых изданий, которые значительно отличались от газет и журналов советского образца. На смену воспитательным публицистическим материалам пришли яркие обложки с короткими и лёгкими для восприятия текстами о спорте, музыке, отношениях между мальчиками и девочками. Подобные издания быстро завоевали российскую аудиторию. Коммерческий успех заставил издателей «клонировать» иностранную прессу для подростков. Популярные развлекательные издания для подростков («*Джувелетта*», «*Все звёзды*», «*Классный журнал*», «*Elle Girl*», «*Бумеранг*» и другие) практически полностью списаны с западных аналогов: сенсационные заголовки, яркие фотографии, стилистически простые (почти разговорные) тексты и стандартный набор рубрик о красоте, моде, светской жизни, личных отношениях.

Гораздо более разнообразными и индивидуализированными по содержанию являются познавательные подростковые журналы и газеты («*Крылья*», «*Свирель*», «*Детская роман-газета*» и другие). Эти издания обладают индивидуальным «лицом» и гораздо больше соответствуют традициям отечественной журналистики, при этом не теряя актуальности. Однако такая периодика ориентирована на узкий круг подростковых интересов, поэтому пользуется гораздо меньшей популярностью у широкой читательской аудитории.

В Европе подростковая пресса развивалась по собственному сценарию. Коммерциализированный медиарынок Запада гораздо раньше выделил подростков в отдельную целевую аудиторию с собственным специфическим кругом интересов и информационными потребностями.

В Великобритании, так же, как и в России, большим спросом у подростков пользуются развлекательные гляцевые издания («*Girlslife*», «*Teensmag*», «*J-14*» и другие). Для оформления характерны броская графика, яркие фотографии, остроумные заметки. В круг рубрик входят вопросы красоты и моды, музыкальные и киноновости, новинки из мира компьютерных игр. Развлекательная периодика Великобритании ориентирована на очень широкие массы потребителей, что во многом объясняет максимальную доступность прессы – свежий выпуск можно купить в киоске, получить по подписке или заказать и прочитать в сети Интернет, независимо от расположения региона.

В Италии долгое время самым успешным изданием для детской аудитории была газета «*Попотус*» (*Popotus* – «Попотус», имя бегемота, главного персонажа) – детское приложение к газете католической церкви «*Аввенире*» (*Avvenire* – «Будущее»). Это было информационное издание для детей и подростков, в котором публиковались новости со всего мира, научно-познавательные статьи, занимательные рассказы и веселые рисованные истории. Чуть позже появляются издания иного типа, созданные по образцу

американских «глянцевых» журналов про актеров, музыкантов, моду и шоу-бизнес. Один из наиболее успешных – «*Чоэ*» (*Cioe`* – «То есть»), предназначенный для ребят от 12 до 16 лет и печатающий фотороманы, комиксы, статьи о музыке и кино, посвящающий отдельную рубрику письмам читателей и «сердечным делам». Постепенно такие издания становятся популярнее, чем научно-познавательные и информационные, как «Попотус».

Несколько иначе обстоит дело в Германии. На немецком медиарынке доминируют познавательные подростковые газеты и журналы. Ярким представителем национальной периодики является журнал «*Unicum*». Издание ориентировано на школьников среднего и старшего возраста. Приоритетными направлениями журнала являются интеллектуальное развитие и профессиональная ориентация читателей.

Популярность развлекательных газет и журналов у европейской и российской молодежи можно объяснить доступностью такой периодики, актуальными и интересными для подростков темами, внешней привлекательностью подобных изданий. Однако не следует забывать об одной из главных функций подростковой прессы – воспитание информационной, читательской и интеллектуальной культуры у формирующейся личности. Эта функция прежде всего реализуется в научно-познавательной и просветительской прессе для подростков. В условиях современной действительности, в эпоху «клипового» мышления особенно актуальным становится процесс популяризации познавательных изданий среди европейской и российской подростковой аудитории

Список литературы

1. Газеты и журналы на английском языке. URL : http://sun-english.blogspot.ru/2015/07/blog-post_29.html.
2. Дементьева Е.В. Детские СМИ Италии: история и основные тенденции развития в XIX – XX вв. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1657>.
3. Капустина Г.Л. Современная детская газета как тип издания: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2014.
4. Немецкие газеты и журналы для молодежи языке. URL: <http://www.de-portal.com/ru/nemezkij-jazyk/prensa-na-nemezkom/molodez.html>.
5. Шаповаленко И.В. Возрастная психология (Психология развития и возрастная психология). М.: ГАРДАРИКИ, 2005.