

**ЖАНРОВЫЕ ГРУППЫ
В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ПРЕССЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ
(на материале белорусских изданий
конца XX – начала XXI вв.)**

С. В. Харитонова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kharytonavasv@bsu.by*

Цель исследования состоит в выявлении основных жанровых средств, используемых в белорусской развлекательной прессе в конце XX – начале XXI вв. Автор обосновывается актуальность исследования нового типа газет и журналов для подрастающего поколения в условиях их массового распространения в белорусской медиасфере новейшего времени. В работе определяются содержательные ресурсы реализации развлекательной функции в детской прессе, устанавливается специфика формирования контента изданий, завоевавших наибольшую популярность у читательской аудитории на рубеже веков. Научная новизна заключается в определении четырех наиболее выраженных в структуре детских газет и журналов групп жанров, которые не только выполняли досуговое назначение, но также играли вспомогательную роль в достижении ключевой цели – развлечения.

Ключевые слова: развлекательная пресса для детей; содержательные ресурсы; развлекательная функция; жанровые средства; группы жанров.

**GENRE GROUPS
IN THE ENTERTAINMENT PRESS FOR CHILDREN
(based on the material of belarusian publications
of the late XX-early XXI centuries)**

S. V. Kharytonova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: S. V. Kharytonova (kharytonavasv@bsu.by)*

The aim of the study is to identify the main genre media used in the Belarusian entertainment press in the late XX – early XXI centuries. The author substantiates the relevance of the study of a new type of newspapers and magazines for the younger generation in the conditions of their mass distribution in the Belarusian media sphere of modern times. The paper defines the content resources of the

implementation of the entertainment function in the children's press, establishes the specifics of the formation of the content of publications that have gained the greatest popularity among the readership at the turn of the century. Scientific novelty lies in the identification of the four most pronounced groups of genres in the structure of children's newspapers and magazines, which not only served a leisure purpose, but also played a supporting role in achieving the key goal – entertainment.

Key words: entertainment press for children; content resources; entertainment function; genre tools; genre groups.

Новый тип периодических изданий для детей – развлекательная пресса – появился в белорусской системе печатных СМИ в 1990-е гг. XX в. Согласно результатам проведенного нами количественного анализа всех газет и журналов, выпущенных для подрастающего поколения в Беларуси с 1992 по 1999 гг., из 24 наименований 14 проявляли развлекательные функционально-типологические свойства.

Легко адаптирующиеся к формирующимся коммерческим принципам функционирования белорусской медиасферы в постперестроечный период газеты и журналы предложили детской аудитории альтернативный литературно-художественному и познавательному содержанию «Зорьки» (1945 г.), «Піянера Беларусі» (1929 г.), «Вясёлкі» (1957 г.) и «Бярозкі» (1924 г.) игровой и развлекательный контент.

С приходом 2000-х гг. показатели выпуска белорусской газетно-журнальной периодики с новыми содержательными свойствами демонстрировали ежегодный экспоненциальный рост, который сопровождался ее стремительной экспансией среди детского населения. К примеру, по нашим подсчетам в 1999 г. на одного ребенка приходилось более 13 экземпляров развлекательных периодических изданий.

В условиях тотального распространения развлекательного контента в белорусской медиасфере и, как следствие, кардинальной трансформации типологической структуры национальной системы печатных СМИ актуализируется исследование основных содержательных ресурсов, способствовавших реализации целеполагающей деятельности детской периодики нового типа.

Первым развлекательным периодическим изданием для детей в белорусской медиасфере постперестроечного периода стал журнал «Смекалка» (1993 г.). Он выпускался ежемесячно на протяжении 14 лет под учредительством ОДО «ВУАЛ» тиражом около 30 тыс. экз. На красочной рисованной обложке издания малого формата (60×84 1/16) был указан его тип по целевому назначению – «развлекательно-познавательный» (в некоторых номерах «развлекательный»), а также размещен анонс, ко-

торый в лаконичной текстовой форме знакомил читателей с основным содержанием номера: «Призы. Кроссворды. Конкурсы. Игры. Ребусы. Анекдоты. Комиксы». Структура журнала тем не менее охватывала значительно более широкий диапазон жанров и тем.

На 32 страницах публиковались анекдоты и страшилки (12 %), математические задачи (10 %), игры (8 %), комиксы (8 %), стихи читателей и поэтов (7 %), раскраски (6 %), лабиринты (6 %), ребусы (6 %), поделки (4 %), тесты по психологии и на эрудицию (4 %), познавательные заметки (3 %). Наибольшую долю в структуре номеров издания занимали кроссворды и сканворды (21 %). Тематически журнал ориентировался на читателей младшего и среднего школьного возраста, освещая вопросы общеобразовательной программы о странах (5 %), животных (5 %), природе (6 %), математике (13 %), а также затрагивая интересующие детей и подростков темы жизни кумиров (5 %), межличностного общения (6 %), обучения в школе (19 %), популярных мультфильмов (13 %) и т. д.

Несмотря на то, что значительную площадь номеров журнала занимали игровые формы (кроссворды, сканворды, лабиринты, ребусы), а также анекдоты художественно-публицистической группы журналистских жанров, материалы «Смекалки» одновременно ориентировались на раскрытие познавательных и интеллектуальных возможностей читателей, уже имеющих базовые знания в различных сферах.

В конце XX в. журнал «Смекалка» впервые предложил белорусским детям содержательную модель развлекательного детского периодического издания, которая, с одной стороны, удовлетворяла досуговые потребности читателей в получении удовольствия и релаксации, а с другой – занимала его игровыми заданиями, стимулирующими к получению новых знаний и развитию мыслительной деятельности.

Оформившуюся коммуникативную стратегию взаимодействия с подрастающим поколением, которая основывалась на цели развлечения и реализовывалась соответствующими жанровыми и тематическими средствами, начали использовать пришедшие на отечественный медиарынок на рубеже XX–XXI вв. новые развлекательные газеты и журналы. Журналы «Каламбур», «Мультик» и «Детская газета» (1997 г.), издания «Мишутка» и «Пикничок» (1998 г.), газеты «Шапокляк» (1999 г.), «Разгадай-ка» и «Незнайка» (2000 г.) и другие СМИ.

Если разделить представленные в детской периодике жанры в соответствии с производимым эффектом на читателя, мы обнаружим, что содержательная структура развлекательных изданий была сформирована четырьмя основными группами.

Первая, наиболее многочисленная, состояла из игровых жанровых форм, нацеленных на раскрытие познавательного и интеллектуально-

го потенциала читателя. Их доля в контенте развлекательных печатных СМИ могла достигать 100 % («Кроссвордленд», «Давай дружить. Сопрожайка», «Каламбур», «Разгадай-ка», «Мишутка», «Головастик»). Лабиринты, ребусы, головоломки, кроссворды, сканворды и тесты на эрудицию предлагали читателям разгадать зашифрованные (скрытые) текстовые, числовые либо иллюстративные компоненты.

Вторая группа жанров, реализующая развлекательную функцию изданий, ориентировалась на достижение комического эффекта. Анекдоты, страшилки, шутки и комиксы, включенные в содержательную структуру прессы нового типа, нацеливались развеселить подрастающего читателя, не требуя от него интеллектуального напряжения. На отечественном медиарынке стали появляться приложения и спецвыпуски к детской газетно-журнальной периодике, основной контент которых составляли именно комические публикации («детская веселая газета «Пикничок»», «детская веселая газета «Шапокляк»», «Мультик. Комиксы», журнал комиксов «Броник», «Комиксы журнала «Развлекательный калам-бур»»).

Третья группа, представленная журналистскими жанрами заметки, обзора, интервью, стала преобладающей в сегменте подростковых печатных СМИ («Газета для девочек» (2001 г.), «Стрекоза» (2005 г.), «Апельсин» и «Волшебный» (2007 г.), «Девчонки» (2011 г.)) в период 2000-х гг., когда в отечественной медиасфере наметилась тенденция более четкой сегментации детской прессы по возрасту читателя. Калькируя жанрово-тематическую структуру массовых развлекательных изданий, рассчитанных на взрослую аудиторию, СМИ для средних и старших школьников публиковали сообщения о фактах и событиях из жизни звезд шоу-бизнеса, новости моды, музыки, кино, спорта; интервью-диалоги со знаменитостями; информационно-познавательные заметки о красоте и здоровье, взаимоотношениях; и другую информацию, имеющую низкий уровень актуальности и социальной значимости.

Выделение четвертой группы развлекательных жанров – раскрасок – обусловлено увеличением спроса на них среди младшей группы детского населения республики и ростом предложений медиапроизводителей на рынке периодики для подрастающего поколения. Если в 1990-е гг. XX в. материалы с контурными картинками для раскрашивания выборочно включались в содержание номеров изданий, то в начале 2000-х гг. в условиях фрагментации типов выпускаемых СМИ в нише развлекательных медиа для детей появились многочисленные серии журналов-раскрасок, предназначенных для дошкольников и младших школьников. Издания «Посмотри и раскрась», «Раскраска для малышей», «Раскраска с подсказкой», «Раскраска с наклейками», «Любимые сказки», «Каран-

даш» предлагали читателям разукрасить животных, персонажей известных сказок или героев популярных мультипликационных фильмов, не только содействуя развлечению детей путем применения занимательно-игровых приемов (угадывания, движения по точкам), но также стимулируя их художественно-творческую деятельность.

Таким образом, анализ содержательных средств развлекательной детской прессы в конце XX – начале XXI вв. показал, что в ее структуру включались жанры и темы, которые не только выполняли свое прямое досуговое назначение, но также играли вспомогательную (познавательную, развивающую, юмористическую) роль в достижении ключевой цели – развлечения, придавая СМИ общие и специфические черты. С одной стороны, издания характеризовались универсальностью. Это свойство проявляло себя в широком диапазоне жанров, тем и возрастных категорий читателя, которому предназначалось издание; в высокой степени охвата детской аудитории. С другой – упрощением содержательных и визуальных моделей, что выражалось в трансляции примитивных, шаблонных изобразительных образов, а также в применении фиксированного набора жанров и тем с низкой воспитательной, информационной и эстетической ценностью.