

На правах рукописи

Кулакова Надежда Леонидовна

ДЕТСКИЕ И ПОДРОСТКОВЫЕ ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ  
В СТРУКТУРЕ МЕДИАХОЛДИНГОВ

Специальность 10.01.10 – Журналистика

Автореферат диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Екатеринбург - 2017

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова» на кафедре периодической печати факультета журналистики.

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
**Шкондин Михаил Васильевич**

Научный консультант: доктор филологических наук, доцент  
**Распопова Светлана Сергеевна**

Официальные оппоненты: **Цымбаленко Сергей Борисович**,  
доктор педагогических наук, кандидат  
философских наук, Региональная  
общественная организация «Детское  
творческое объединение «ЮНПРЕСС» (г.  
Москва), президент

**Лебедева Светлана Викторовна**,  
кандидат филологических наук,  
Публичное акционерное общество  
«Уральский завод резиновых технических  
изделий» (г. Екатеринбург), пресс-  
секретарь

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Московский  
педагогический государственный  
университет»**

Защита состоится 17 марта 2017 г. в 12.00 на заседании диссертационного совета Д 212.285.21 на базе ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов (комн. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», <http://lib.urfu.ru/mod/data/view.php?d=51&rid=263588>

Автореферат разослан «    » \_\_\_\_\_ 2017 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
доктор филологических наук,  
доцент

Б. Н. Лозовский

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

### **Актуальность исследования**

Настоящее исследование посвящено функционированию в Российской Федерации детской и подростковой прессы в структуре международных, федеральных, региональных медиахолдингов, а также в структуре самостоятельных медиахолдингов, созданных на базе изданий для детей и подростков с привлечением образовательных учреждений, общественных организаций и коммерческих структур.

Периодическая печать Российской Федерации в постсоветский период прошла через серьезные экономические испытания. Кризис в полиграфическом производстве, удорожание стоимости бумаги, типографских услуг и распространения, отсутствие централизованной доставки периодики, острая нехватка региональных типографий для организации децентрализованной печати – всё это, в сочетании с резким обнищанием населения, послужило причиной значительного сокращения числа периодических изданий и их тиражности.

Оказавшись в непривычных для себя условиях рыночной конкуренции, редакционные коллективы в борьбе за читателя принимали решение об изменении содержательной модели своих изданий. Выбор делался в пользу развлекательной, сенсационной, «звездной» информации. Все эти процессы коснулись и детской периодики.

Обозначилась и другая проблема – сокращение потенциальной аудитории детских изданий в связи с развитием электронных СМИ, компьютеризацией и интернетизацией школ, вызвавшими переключение внимания юных читателей на электронное восприятие информации. Проблема утраты российскими детьми интереса к чтению вообще и к чтению периодики в частности встала настолько остро, что потребовалось принятие

Национальной программы поддержки и развития чтения<sup>1</sup> (2007–2020 гг.). Также указом Президента Российской Федерации была утверждена «Национальная стратегия действий в интересах детей на 2012–2017 годы»<sup>2</sup>.

В поиске новых возможностей выпуска прессы для детей российские издатели обратились к опыту зарубежных медиахолдингов, в структуре которых функционируют газетные редакции, радиостанции, телестудии, интернет-ресурсы и т. д.

В последнее десятилетие в России появилось большое количество медиахолдингов, выпускающих детскую прессу, которые активно функционируют на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. В контексте сказанного актуальность исследования вызвана необходимостью выявления различных типов медиахолдингов, издающих периодические издания для детей и подростков, и анализа особенностей их функционирования.

**Состояние и степень научной разработанности темы.** Детские СМИ сегодня изучаются с точки зрения педагогики, возрастной психологии, социологии, журналистики. Наиболее подробно исследована самодеятельная подростковая пресса в системе СМИ: ее целевая аудитория, структурно-функциональные и жанрово-тематические характеристики изданий для детей, медиаобразовательные стратегии и технологии. Также проанализирован опыт функционирования детских СМИ в условиях Интернета. Наиболее значимыми работами последних лет в изучении феномена детской прессы являются исследования М. Е. Аникиной «Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета»<sup>3</sup>; А. Г. Когатько «Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования»<sup>4</sup>; И. В. Жилавской

---

<sup>1</sup> Национальная программа поддержки и развития чтения [Электронный ресурс]. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. URL: <http://www.fapmc.ru/files/download/kuzwin1.pdf> (дата обращения: 10.01.2011).

<sup>2</sup> Указ Президента РФ от 1 июня 2012 г. № 761 «О Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012–2017 годы». URL: <http://base.garant.ru/70183566/#ixzz3ZiMqMUmn>.

<sup>3</sup> Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. – М., 2006. – 203 с.

<sup>4</sup> Когатько А. Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 2006. – 253 с.

«Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий»<sup>5</sup>; С. Б. Цымбаленко «Акмеологические основания развития подрастающего поколения в системе информационно-коммуникативных взаимодействий»<sup>6</sup>; Г. Л. Капустиной «Современная детская газета как тип издания»<sup>7</sup>; С. В. Лебедевой «Школьные издания как фактор медиаобразования в современной России»<sup>8</sup>; М. С. Халиуллиной «Региональная детско-юношеская самодеятельная печать в условиях постсоветской трансформации: структурно-функциональные и жанрово-тематические характеристики на примере периодики Оренбургской области»<sup>9</sup>; Д. И. Косолаповой «Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности»<sup>10</sup>.

Вместе с тем, опыт функционирования детских изданий, включенных в холдинговые структуры, не получил пока теоретического осмысления.

**Объект исследования** – международные, федеральные и региональные медиахолдинги, выпускающие детскую прессу, а также медиахолдинги, созданные на базе учебных заведений, и медиахолдинги, работающие с детьми, состоящими в общественных организациях.

**Предметом исследования** являются типологические особенности детских и подростковых периодических изданий, входящих в структуру международных, федеральных, региональных медиахолдингов (медиаобъединений) и медиахолдингов, созданных на базе учебных заведений и общественных организаций.

**Цель работы** – охарактеризовать эффективность включения детских и подростковых периодических изданий в различные холдинговые структуры

---

<sup>5</sup> Жилавская И. В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. - М. 2008. - 232 с. ил.

<sup>6</sup> Цымбаленко С. Б. Акмеологические основания развития подрастающего поколения в системе информационно-коммуникативных взаимодействий: автореф. дис. ... докт. педаг. наук. – М., 2012. – 69 с.

<sup>7</sup> Капустина Г. Л. Современная детская газета как тип издания: дис. ... канд. филол. наук. – Тамбов, 2014. – 212 с.

<sup>8</sup> Лебедева С. В. Школьные издания как фактор развития медиаобразования в современной России: дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2014. – 176 с.

<sup>9</sup> Халиуллина М. С. Региональная детско-юношеская самодеятельная печать в условиях постсоветской трансформации: структурно-функциональные и жанрово-тематические характеристики (на примере периодики Оренбургской области): дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2014. – 232 с.

<sup>10</sup> Косолапова Д. И. Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности: дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2015. – 203 с.

для реализации образовательных, культурно-просветительских, коммуникативных функций СМИ для детей.

**Для достижения этой цели потребовалось решить следующие задачи:**

– охарактеризовать основные разновидности профессиональных медиахолдингов, выпускающих детские и подростковые периодические издания;

– рассмотреть типологические характеристики детских периодических изданий и выявить особенности содержательной модели детских СМИ;

– исследовать особенности функционирования периодических изданий для детей в системе профессиональных медиахолдингов;

– охарактеризовать модели медиахолдингов, созданных на базе учебных и внешкольных учреждений, а также общественных организаций;

– выявить особенности работы редакций самодеятельных детских и подростковых СМИ, включенных в состав медиахолдингов..

**Методологической базой** послужил комплекс общенаучных методов исследования информационных ресурсов: анализ и синтез, индукция и дедукция, которые позволили структурировать элементы изучаемого явления в систему и сформулировать выводы.

В своей работе мы опирались на общефилософский принцип системности, который позволил анализировать процесс функционирования детских и подростковых периодических изданий в системе медиахолдингов как организованной структуры.

В изучении этапов развития детской прессы мы опирались на принцип историзма, согласно которому явление или событие только тогда может быть научно осмысленно, когда рассматривается в контексте исторической эпохи.

Для описания типов самодеятельных медиахолдингов, выпускающих детскую прессу, были использованы социологические методы (метод наблюдения за процессом формирования медиахолдингов на базе самодеятельных изданий, анкетирование, интервьюирование руководителей

медиахолдингов с целью получения экспертных оценок, что способствовало уточнению положений исследования применительно к реальной практике работы журналистов и руководителей медиахолдингов).

Автором применялся метод эксперимента в ходе создания различных форм медиахолдингов на базе учебных заведений и постоянно действующих детских лагерей отдыха.

Также был использован метод классификации, который позволил охарактеризовать модели медиахолдингов, созданных на базе учебных и внешкольных учреждений, а также общественных организаций, что дало возможность наиболее полно и подробно рассмотреть различные сегменты медиапространства, частью которого являются периодические издания для детей и подростков.

**Теоретической базой** исследования послужили работы специалистов в области экономики СМИ: Е. Л. Вартановой, С. М. Гуревича, И. Н. Деминой, В. Л. Иваницкого, Д. А. Мурзина; работы по истории детской журналистики: М. И. Алексеевой, Л. А. Вяткиной, О. Е. Коханой, М. Ф. Поповой, А. В. Третьякова, М. Л. Холмова; публикации в области типологии СМИ и анализа современного состояния детских и подростковых средств массовой информации: А. П. Гостомыслова, И. А. Жилавской, Г. Л. Капустиной, Д. И. Косолаповой, С. В. Лебедевой, У. О. Лешко, Д. А. Рогожкина, И. А. Руденко, С. Б. Стебловской, М. С. Халиуллиной, а также социологов, изучающих детскую аудиторию СМИ: Н. В. Васильевой А. В. Шарикова, С.Н. Щегловой.

В данной работе автор опирался на труды исследователей детской периодической печати России: М. И. Алексеевой<sup>11</sup>, Л. А. Вяткиной<sup>12</sup>, М. Ф. Поповой<sup>13</sup>, И. А. Руденко<sup>14</sup>, А. В. Третьякова<sup>15</sup>, О. П. Чернега<sup>16</sup>,

---

<sup>11</sup> Алексеева М. И. Советские детские журналы 20-х годов. М., 1982.

<sup>12</sup> Вяткина Л. А. Ученическая пресса: обратно в школу? // Журналистика в 1996 году. СМИ в постсоветском обществе: тезисы научно-практической конференции. Ч. II. М., 1997.

<sup>13</sup> Попова М. Ф. Детская и юношеская самодетельная пресса России: опыт типологии // Детская и юношеская самодетельная пресса: теория и практика: материалы российско-французского семинара, проходившего 6 октября 1992 г. в Москве. М.: Агентство ЮНПРЕСС, 1994.

<sup>14</sup> Руденко И. А. Детская и юношеская пресса России // Информационное пространство российского подростка в постсоветский период. НИИ школьных технологий. М., 2006. С. 126-128.

С. Б. Цымбаленко<sup>17</sup> и А. Я. Школьника, а также труды О. Agnes, E. Bevort, J. Gohhet, A. Dhavre, Я. Келлера, J. Korczak, C. Lego, H. Morris, G. Terzjan, P. Fameri, C. Freinet, O. Chenevez<sup>18</sup>, M. Tungate<sup>19</sup>.

В диссертации использованы работы из области системного исследования и типологии СМИ В. М. Горохова, Б. И. Есина, Я. Н. Засурского, Э. А. Лазаревич, Р. П. Овсепяна, Е. П. Прохорова, М. В. Шкондина.

**Эмпирическая база исследования** основывается на системном контент-анализе печатных и электронных подписных каталогов «Пресса России», «Почта России», «Газеты и журналы», «Чтиво» за 2006-2016 годы, а также выборки периодических изданий, адресованных детской, подростковой и юношеской (до 18 лет) аудитории, из электронного каталога периодических изданий, зарегистрированных Федеральным агентством по печати и массовой коммуникации в период с 1991 по 2007 год<sup>20</sup>.

Проведен анализ сайтов 10-ти международных издательских домов, выпускающих в России периодику для детей, в их числе: «DeAgostini», «Бурда», «Джи Фаббри Эдишнз», «Эгмонт Россия» и др., анализ сайтов и изданий 16-ти российских книжных издательств, в том числе ИД «АБФ», ИД «АСТ» («Астрель»), ИД «Дрофа», ИД «Звонница МГ», ИД «Карпуз», ИДК «Медиа» (ранее – «Комикс»), ИД «Мозаика-синтез», ИД «Молодая гвардия»,

---

<sup>15</sup> Третьяков А. В. Подростковая самодеятельная пресса: случайность или закономерность? // Журналистика в 1994 году: тезисы научно-практической конференции. Ч. III. М., 1995.

<sup>16</sup> Чернега О. П. Корпоративные издания: соотношение практики и теории. Журналистика в 2004 году // СМИ в многополярном мире: материалы научно-практической конференции. Москва. 2-5 февраля 2005 г. С. 182-183; Чернега О. П. По материалам интервью о школьной корпоративной прессе. Барнаул, 2008.

<sup>17</sup> Цымбаленко С. Б., Шариков А. В., Щеглова С. Н. Информационное пространство российского подростка в постсоветский период. М., 2006

<sup>18</sup> Jean Agnes. Le projet pedagogique FAX! La Presse des Jeunes: theorie et pratique // Детская и юношеская самодеятельная пресса: теория и практика. М., 1995; Eveline Bevort. Jeunes, Medias et Education aux Nedias // Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка. М., 1994; Ж. Гонне. Школьные и лицейские газеты. М., 1998; Aline Dhavre. Medias et Education aux Nedias // Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка. М., 1994; Ян Келлер, Оливер Варвард. Школьные газеты и деньги // Rezeptbuch fuer Redaktorin und Redaktor. Frankfurt am Mein, 1995; Януш Корчак. О школьной газете // Школьные и лицейские газеты. М., 1998; Christian Lego. Le journal scolaire: continuer les traditions Freinetistes. М., 1995; Hugh Morris. Using equipment to understand television // Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка. М., 1994; Гаянэ Терзян. Там же; Pascol Fameri. J-Presses: pour une presse d'initiative de la vie. La Presse des Jeunes: theorie et pratique // Детская и юношеская самодеятельная пресса: теория и практика. М., 2006; O. Chenevez. Retrouver le sens du journal Ou'est-ce qu'un journal d'opinion a l'ecole? // Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка. М., 1994.

<sup>19</sup> Mark Tungate. Media Monoliths. Kogan Page. London and Sterling. М., 2006.

<sup>20</sup> www.fapmc.ru // Каталог печатных СМИ.



ИД «Розовый слон», а также издательства: ИД «Ровесник», ИД «Искатель», ИД «РЦ КАССЕЯ», РИГ «Наша школа»<sup>21</sup>, издательство «Школьная пресса», ООО КМП «Фирма «Эра», «Школа радости»; 5-ти газетно-журнальных концернов: ИД «АиФ», ИД «Экономическая газета», ИД «Московский комсомолец», ИД «Мир новостей», ИД «Открытые системы»; 8-ми объединенных редакций, созданных на базе журналов «Балет», «Бумеранг», «Веселые картинки», «Клёпа», «Лазурь», «Мурзилка», «Пионер», «Юный техник» и газеты «Пионерская правда», а также изданий региональных медиахолдингов, изданий общественных организаций, изданий медиаобъединений, созданных на базе самодеятельной школьной и внешкольной прессы.

**Научная новизна.** В диссертации впервые исследованы типологические особенности детской и подростковой прессы, издающейся в структуре медиахолдингов. Охарактеризована модель медиахолдинга как эффективной формы устойчивого развития прессы для детей. Особую ценность представляет анализ контента детских СМИ, которые издаются зарубежными, российскими медиахолдингами и медиаобъединениями, созданными на базе учебных заведений и общественных организаций.

К наиболее существенным научным результатам, полученным в ходе исследования, автор диссертации относит следующее:

1. Дана ранее нигде не представленная классификация медиахолдингов, в структуре которых издается детская пресса.

2. Впервые охарактеризована юная аудитория по возрастным группам, в частности описана группа периодических изданий для младших дошкольников: от 1 до 3 лет, ориентированная на детей, обучаемых по программе раннего развития.

3. Представлен механизм создания медиахолдингов самодеятельной прессы на базе школьных и внешкольных учреждений, общественных объединений от регионального до федерального уровня.

---

<sup>21</sup> Сайт редакционно-издательской группы «Наша школа». URL: <http://redakzia.ru/content/rig-«nasha-shkola»>.

4. Введены новые термины «профессиональный медиахолдинг» и «самодеятельный медиахолдинг» применительно к медиаструктурам, издающим детскую периодику.

**Достоверность результатов исследования** определяется комплексным изучением заявленной проблематики, обширным теоретическим материалом (библиографический список включает 470 наименований), репрезентативной эмпирической базой, включающей результаты контент-анализа и экспериментальной работы, а также результаты экспертных интервью с руководителями федеральных («Молодая гвардия», ИД «Карпуз», ИД «АиФ – детям», «ЮНПРЕСС»), региональных (ИД «Учитель» – Волгоград, ИД «Алтапресс» – Барнаул) медиахолдингов, а также медиаобъединений, созданных на базе всероссийских детских лагерей отдыха «Орленок» и «Океан» и муниципальных учебных заведений.

#### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

*Теоретическая значимость* исследования заключается в систематизации научных изысканий, которые предпринимались с целью изучения особенностей эффективного функционирования детских и подростковых изданий в структуре медиахолдинговых структур. В диссертации проанализирован значительный пласт детских изданий, выходящих в структуре международных, федеральных, региональных медиахолдингов, а также ряда муниципальных медиахолдингов и медиаобъединений самодеятельной прессы, выпускаемой на базе учебных заведений и общественных объединений. Описаны структурные особенности медиаобъединений и тематические модели газет и журналов для юной аудитории, в том числе в условиях развития конвергентных изданий. В научный оборот введены понятия «профессиональный медиахолдинг» и «самодеятельный медиахолдинг», что вносит вклад в разработку организационных основ функционирования детских СМИ. Работа носит комплексный характер и представляет интерес для исследователей массмедиа, а также для журналистов, филологов, педагогов и специалистов других областей, занимающихся проблемами воздействия СМИ на

подрастающее поколение. Теоретические выводы будут полезны для более глубокого осмысления проблем деятельности современных СМИ.

*Практическая значимость* проведенного исследования определяется тем, что его результаты могут быть использованы в работе редакций детских СМИ и могут представлять интерес для преподавателей, осуществляющих подготовку студентов в области медиаобразования.

### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Детские и подростковые периодические издания в современных экономических условиях могут эффективно существовать в структуре медиахолдинга или в объединенных редакциях, где есть возможность перераспределять медиаресурсы.

2. Медиахолдинги обладают большими технологическими и организационными возможностями: собственные полиграфическая база, служба распространения, штат консультантов по разным направлениям и единый для всех редакций, что позволяет расширять линейку изданий для детей.

3. Медиахолдинги, включающие в свою структуру детские и подростковые издания, создаются: а) государством (поддержка детской периодики на национальных языках); б) российскими филиалами зарубежных издательских домов (преимущественно – кальки зарубежных изданий, но иногда – покупка российских брендов); в) российскими книжными издательствами и газетно-журнальными издательскими домами как на федеральном, так и на региональном уровне; г) продюсерскими центрами (издания на основе мультфильмов и детских телепрограмм); д) общественными организациями и церковными общинами (Российский детский фонд, организация скаутов, пионерская организация, экологические организации, издательские отделы Патриархии, издательские отделы различных конфессий и сект); е) учреждениями образования (школы, межшкольные центры профобразования, внешкольные учреждения – центры

дополнительного образования, курсы иностранных языков и прочее); ж) частными издателями.

4. В зависимости от возраста целевой аудитории происходит разграничение сфер влияния между зарубежными и российскими медиахолдингами (общероссийскими и региональными). Международные медиахолдинги представляют российским читателям кальки энциклопедических и развлекательных изданий (комиксы) а также журналы-коллекции (партворки), российские же медиахолдинги представляют в своем большинстве литературные, развивающие, обучающие издания (журналы-пособия), тематические энциклопедии и научно-популярные журналы.

5. Медиахолдинги, издающие детскую и подростковую периодику, стремятся в целях расширения аудитории создавать издания для локальных возрастных групп и групп по интересам, что в совокупности увеличивает общий охват аудитории. Это характерно как для холдингов на базе самодеятельной прессы, так и для холдинговых структур, создаваемых профессиональными журналистами.

#### **Апробация и внедрение результатов работы.**

Настоящая диссертация опирается на многолетний опыт профессиональной деятельности ее автора в сфере самодеятельной прессы. Ее результаты апробированы на ежегодных научно-практических конференциях факультета журналистики МГУ в 2003-2016 годах, научно-практической конференции в РГСУ «Глобальная стратегия социального развития России: социологический анализ и прогноз» (2003 г.), видеоинтернет-конференции по медиаобразованию в рамках проекта, реализуемого организацией «Прожект Хармони»<sup>22</sup>, на методических семинарах для руководителей детских СМИ в Пермском крае (2006 г.), в

---

<sup>22</sup> Кулакова Н. Л. Критическое мышление и технологии в журналистике / Выступление в качестве эксперта-журналиста по вопросам медиаобразования на интернет-конференции, посвященной международной неделе критического мышления и интернет-технологий в образовании, в Тургеневской библиотеке: прямая трансляция в Интернете и интернет-публикация на сайте представительства американской образовательной фирмы «Прожект Хармони», ноябрь 2003 г.

Ижевске (2007 г.), в Донецкой области (2007 г.), в Алтайском крае (2008 г.), на научно-практической конференции по медиаобразованию в Российском университете дружбы народов (2014 г.); опубликованы в научных сборниках и журналах: «Вестник МГУ. Серия «Журналистика», «Искусство в школе» № 4 и 5 за 2007 г., включены в пособия для медиаспециалистов «Дети и подростки в информационно-образовательном пространстве Москвы» (Российский университет дружбы народов, Лига юных журналистов и Департамент образования г. Москвы); «Научно-методические основы модели саморазвивающегося информационно-образовательного пространства» (Москва, 2014 г.).

Материалы диссертации послужили основой для проведения спецсеминара «Детская журналистика постсоветского периода» для 3-4 курсов дневного и вечернего отделений факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова в 2007/2008 учебном году; также были включены в программу курса «История российской и зарубежной детской журналистики» на факультете журналистики МГГУ им. М. Шолохова, в программу Творческой лаборатории «ЮНПРЕСС» на подготовительных курсах факультета журналистики МГУ.

Научные выводы диссертации в отношении самодеятельной детской прессы также были использованы при подготовке программ для организаторов детской прессы в общественных объединениях международного (СПО-ФДО), федерального (Общероссийская общественная детская организация «Лига юных журналистов») и регионального уровней (Кемеровская область, городское объединение профсоюзов и организаторов детского отдыха), а также отдельными детскими редакциями муниципального уровня во многих регионах Российской Федерации. В частности, созданы медиахолдинг детской прессы «Журавейник» в Ижевске, медиахолдинг детской прессы «Волга-Юнпресс» в г. Тольятти Самарской области, городской медиахолдинг школьной прессы г. Москвы.

**Структура диссертации:** диссертация объемом 166 страниц состоит из введения, трех глав, заключения. Список литературы содержит 470 источников.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

В соответствии с поставленной целью и основными задачами в рамках диссертационной работы было проведено комплексное исследование детских и подростковых периодических изданий, выходящих в структуре медиахолдингов, изучены их типологические особенности и содержательные модели.

**Во введении** дается обоснование актуальности исследования, определяются состояние научной разработанности проблемы, объект, предмет, цель и задачи исследования, формулируется научная новизна диссертации, основные положения, выносимые на защиту, характеризуется теоретико-методологическая основа и эмпирическая база диссертации, территориальные и хронологические рамки изучения эмпирических источников, практическая и теоретическая значимость исследования, приводятся данные об апробации полученных результатов работы и краткое описание ее структуры.

**В первой главе «Подходы к классификации прессы для детей»** решаются теоретические задачи исследования: рассматриваются и уточняются основные понятия («типология», «содержательная модель издания», «аудитория детского периодического издания»), выявляются факторы, влияющие на особенности функционирования детских и подростковых СМИ в Российской Федерации. На основании изучения трудов российских и зарубежных исследователей в области коммуникативистики систематизированы подходы к типологической дифференциации периодических изданий для юных читателей, в частности на основе анализа работ М. И. Алексеевой, Л. А. Вяткиной, Г. Л. Капустиной, Д. И. Косолаповой, С. В. Лебедевой, Ю. А. Носова, М. Ф. Поповой, И. А. Руденко, М. С. Халиуллиной представлены различные подходы к

определению самостоятельной детской и подростковой прессы. В качестве вывода автор исследования констатирует, что детская и подростковая пресса в целом соответствует типологической структуре периодических изданий в России, однако имеет особенности, связанные со спецификой организации редакционного процесса и тематическими предпочтениями детской аудитории:

- способ производства (издаваемые профессиональными издательствами и самостоятельные издания);
- характер учредителя (зарубежный или российский; государство, медиабизнес или общественные организации);
- функциональное назначение СМИ с учетом возрастной группы целевой аудитории;
- проблемно-тематическая направленность контента издания;
- характер информации (универсально-тематические и монотематические).

В первой главе исследования рассмотрены особенности содержательной модели детских и подростковых периодических изданий.

Содержательная модель издания представлена в исследовании как основание, которое определяет его тип, наряду с композиционно-графической и организационной (бизнес-моделью). Говоря об особенностях содержательной модели детских СМИ, автор диссертации отмечает следующие условия ее формирования: функциональная предназначенность прессы (выделяются универсально-тематические и монотематические периодические издания для детей), особенности целевой аудитории. В диссертации отмечается, что в силу психофизиологических изменений, которые происходят в детском возрасте, юные читатели одну и ту же информацию в 5, 7, 10 лет воспринимают по-разному, и периодические издания для детей должны учитывать возрастные характеристики своего читателя, чтобы выстроить верную редакционную стратегию.

Характер содержательной модели периодических изданий для детей рассматривается в зависимости от способа производства. Выделяются несколько типов изданий для детей:

- периодика преимущественно монотематического характера, выпускаемая профессиональными журналистами для решения воспитательных, образовательных, просветительских задач прессы, хотя есть и универсально-тематические издания образовательного характера, а также литературные журналы и газеты;

- издания не профессиональных журналистов, а частных издателей, которые используют формы журнала для получения прибыли за счет перепечаток чужого материала и рекламы, но одновременно реализуют и функцию коммуникации через публикацию переписки читателей;

- самодеятельная пресса, в которой на всех уровнях производства: от репортера и корректора до главного редактора – работают сами дети и подростки. В этом сегменте представлены два вида изданий. Одни имеют официальных учредителей, издателей и печатаются типографским способом, на качественной бумаге, и благодаря советам взрослых консультантов выходят на профессиональный уровень. Другой вид – локальные издания, выпускаемые для ограниченной аудитории с помощью печатно-множительной техники, сочетают в себе качества стенной и многотиражной газеты, встречается сочетание плакатной печати и стилизации страницы под компьютерный или телевизионный экран.

**Во второй главе «Профессиональные медиахолдинги как условие эффективного функционирования детских СМИ»** проведен анализ холдинговых структур, выпускающих периодику для детей и подростков, выделены и охарактеризованы различные виды таких медиахолдингов: международные, федеральные, региональные, в том числе холдинги на базе книжно-журнальных и газетно-журнальных издательств, а также объединенные редакции, созданные на базе популярных журналов. Охарактеризовано участие в издательской деятельности региональных органов власти и общественных организаций, в том числе при издании



детской периодики на национальных языках. Кроме того, в главе систематизированы подходы медиахолдингов разных видов к тематической направленности изданий, адресованных детской аудитории.

**В параграфе 2.1 «Разновидности профессиональных медиахолдингов, выпускающих детские и подростковые периодические издания»** приводится выбранное диссертантом понятие «медиахолдинг», а также в контексте диссертационного исследования вводятся термины «профессиональный медиахолдинг» и «самодеятельный медиахолдинг» применительно к медиаструктурам, выпускающим детские периодические издания. Автор характеризует «профессиональный медиахолдинг» как медиаобъединение международного, федерального, регионального и даже муниципального уровня, имеющее штат профессиональных журналистов и медиаспециалистов (полиграфистов, рекламных агентов, службы распространения, штатных научных консультантов и прочее) для выпуска сетки периодических изданий по территориальному либо тематическому принципу и включающее в эту сетку издания для юной аудитории. «Самодеятельный медиахолдинг» автор определяет как объединение локального, регионального или даже федерального уровня, включающее самодеятельные детские редакции газет, журналов, конвергентных изданий на базе интернет-ресурсов и привлекающее на договорных или иных основах для финансового обеспечения таких изданий сторонние организации (общественные организации, коммерческие структуры – малые типографии, детские службы распространения, детские рекламные бюро, учебные организации – школы и внешкольные учреждения).

В результате проведенного исследования автором были выделены следующие виды профессиональных медиахолдингов, выпускающих детские и подростковые периодические издания: международные; федеральные, в том числе созданные на базе детских издательств; образованные на базе частных журналов; функционирующие на базе финансово-промышленных групп; региональные медиахолдинги, включающие детскую периодику; общественные организации, издающие прессу для детей.

В данном параграфе приводится анализ международных, федеральных, региональных медиахолдингов, выпускающих детскую периодику, в том числе холдингов на базе книжных издательств, газетно-журнальных издательств, издательств, созданных бизнес-структурами («Аэрофлот», РЖД, «Вимм-Билль-Данн», Центральный детский магазин), холдингов, созданных общественными организациями, а также (при издании периодики для детей на национальных языках) государственными структурами.

На основе анализа тематической направленности детской периодики автором диссертации были выделены следующие группы изданий: журналы-энциклопедии; журналы-комиксы; журналы-учебные пособия; журналы путешествий; журналы-коллекции; журналы-самоделки; литературные журналы; журналы для девочек/девушек.

В работе говорится о том, что в отличие от изданий международных медиахолдингов, которые в основном имеют универсальное содержание, журналы-энциклопедии книжных издательств России посвящаются одной теме. Журналы-комиксы, в отличие от зарубежных, включают в себя не только сами рисованные истории, но и различные игры, конкурсы, загадки, шарады, связанные с приключениями конкретного героя, а также используются для изучения детьми иностранных языков. Журналы-учебные пособия выпускаются в помощь к школьной программе, чтобы сделать процесс обучения увлекательным. Также особенностью российских изданий являются литературные журналы, традиция которых сохраняется с XIX века.

**В параграфе 2.2 «Особенности функционирования периодических изданий для детей в системе профессиональных медиахолдингов»** рассмотрена динамика изменения рынка детской периодики в период с 1991 по 2016 год. По мнению автора работы, те издания, которые зарегистрированы были как исключительно развлекательные, со временем изменили редакционную политику и стали развиваться как образовательные и развивающие (от комикса «Человек-Паук» к журналу «Играй и учись с Человеком-Пауком»). В работе систематизированы с помощью таблиц изменения в содержательных моделях различных профессиональных

медиахолдингов (зарубежных, российских, региональных) по отношению к каждой из пяти возрастных подгрупп юных читателей на периоды до 2012 и до 2016 года. Также применительно к этим группам приведен анализ разделения рынка между российскими и зарубежными холдингами. Автор диссертации констатирует, что в зависимости от возраста целевой аудитории происходит разграничение сфер влияния между зарубежными и российскими медиахолдингами (общероссийскими и региональными). Периодические издания, которые выпускают зарубежные медиахолдинги, по популярности для отдельных возрастных групп юных читателей лидируют, составляя конкуренцию российским издательским домам.

В исследовании выявлена еще одна тенденция: преобладание на федеральном уровне журнальной периодики, в сравнении с газетной. Формат газеты для детей сохранился только на региональном и муниципальном уровнях (преимущественно в сегменте самодеятельной прессы, издаваемой под эгидой местных издательских домов).

**В третьей главе «Типы самодеятельных медиахолдингов, выпускающих детскую прессу»** рассмотрены особенности самодеятельных медиаобъединений. Анализ научных работ, посвященных психологии детства, а также практики самодеятельных медиахолдингов позволил автору диссертации констатировать, что самодеятельные издания, возникшие из потребностей детей и подростков к самовыражению, к позиционированию себя в обществе, к обмену информацией в своей среде, привели к созданию медиаобъединений, цель которых – становление молодого человека в социуме.

В параграфе **3.1 «Медиахолдинги на базе школьных СМИ»** представлен опыт создания школьных и межшкольных медиахолдингов на базе школьных и гимназических изданий во Франции (движение Френе, проект «Факс!», организация CLEMI – центр по связям прессы и образования) и Германии (организация «Дойче Югендпрессе») в сравнении с российской практикой создания холдинговых структур на базе учебных заведений. Представлено также описание работы диссертанта по созданию

различных типов медиахолдингов на базе школьных учреждений. Также приведены типы медиахолдингов на базе школ: 1) **учебные медиахолдинги** (газета + журнал + ТВ + радио + Интернет), созданные для решения учебных задач администрацией школы; 2) **самодеятельные медиахолдинги**: а) общественно-самодеятельный: детская (подростковая) редакция + школьный совет; б) самодеятельно-коммерческий: детская (подростковая) редакция + редакция (группа), издающая рекламное приложение; или: газета + издательский центр (или копировально-множительный центр, или центр предпечатной подготовки); газета + служба распространения, газета + социологическая служба (служба мониторинга); в) частно-самодеятельный: выпускник школы, либо педагог, либо родитель регистрирует счет как ПБОЮЛ + самодеятельная детская редакция или использует для поддержки издания счет своей фирмы на правах некоммерческого партнерства; г) общественно-самодеятельный: детская самодеятельная газета + общественная организация на базе школы (гимназии, лицея), имеющая свой счет; д) государственно-общественно-коммерческий: детская редакция + подростковая редакция + объединенная редакция для детей и педагогов (родителей) + рекламное издание + школьный комплекс предпечатной подготовки для учеников, педагогов, родителей, оказывающий платные услуги (рефераты, литературные сборники, творческие отчеты, оформление курсовых работ и проч.).

**В параграфе 3.2 «Медиахолдинги внешкольных учреждений и общественных организаций»** представлен анализ самодеятельных медиахолдингов, созданных: 1) на базе профессиональных редакций муниципального или регионального уровня, когда кружок юных журналистов при газете становится редакцией издания со своей программой, рубриками, ведущими корреспондентами, иногда – со своей графической моделью издания и использует профессиональную редакцию как техническую и полиграфическую базу, службу распространения; 2) на базе внешкольных учреждений: ученические редакции нескольких школ на базе внешкольного учреждения (Станция юных техников, Дом детского

творчества, Дом детских организаций и другие учреждения дополнительного образования); 3) на базе общественных организаций: детские и подростковые издания пионеров, скаутов, экологов, юных инспекторов движения, юных спасателей, юных волонтеров и т. п. Отдельный вид медиахолдингов – конвергентные издания на базе организаций юных журналистов (ТО «ЮНПРЕСС», Общероссийская общественная организация «Лига юных журналистов», региональные холдинги «Юнпресс-Пермь», «Журавейник» (Удмуртия), «Волга-Юнпресс» (Тольятти) и другие; как модель для организации самодеятельных медиахолдингов в регионах подробно представлен опыт общероссийского медиаобъединения «ЮНПРЕСС»; 4) медиахолдинги на базе детских лагерей «Артек», «Орленок», «Океан» и других постоянно действующих баз отдыха детей, где объединяются ресурсы ведомственной и самодеятельной детской прессы.

В данном параграфе представлены также схемы организации деятельности самодеятельных медиахолдингов на базе постоянно действующих и летних лагерей, приводятся описания различных структур, включающих взаимодействие печатных и электронных СМИ, адресованных различным аудиториям – для внутреннего распространения, для родителей, для прессы. Особенностью таких холдингов является постоянная сменяемость авторского состава и потребность в организации начальной журналистской подготовки каждую смену. В связи с тем, что издания в таких структурах выпускаются преимущественно юными авторами, им требуется постоянная профессиональная помощь, однако ни педагогические вузы, ни факультеты журналистики такой специализации не предлагают. Автором диссертационного исследования представлены варианты подготовки кадров для таких медиаобъединений.

**В заключении диссертационного исследования** подводятся итоги, обобщаются основные результаты и определяются перспективы дальнейшего изучения проблем, связанных с изданием детской периодики в структуре медиахолдинга, в том числе с развитием конвергентной журналистики как в профессиональной, так и в самодеятельной прессе для юных. Также даются

рекомендации для государственных структур и представителей профессионального сообщества, медиапедагогов, заинтересованных в решении проблемы медиаобразования.

**Основные положения диссертации** изложены автором в следующих научных публикациях по теме исследования:

**Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК:**

1. Кулакова Н. Л. Структурные особенности и механизмы создания медиахолдингов на базе самостоятельной детской и подростковой прессы // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – Тольятти. – 2015. – № 2 (18). – С. 295-308. - 1,2 п.л.

2. Кулакова Н. Л. Тематическая направленность детских и подростковых СМИ, включенных в холдинговые структуры // Вестник Челябинского государственного университета. Серия Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – Челябинск, 2015. – № 5. – С. 388-394. - 0,6 п.л.

3. Кулакова Н. Л. Типологический анализ детских и подростковых периодических изданий // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – М., 2015. – № 2. – С. 80-87. - 0,6 п.л.

4. Кулакова Н. Л. Медиаобъединения в самостоятельной школьной прессе // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2007. – № 3. - 0,6 п.л.

**Другие публикации:**

5. Кулакова Н. Л. Медиахолдинг в детском оздоровительном лагере // Искусство в школе. – 2007. – № 4. – 0,5 п. л.

6. Кулакова Н. Л. Вызывает интерес сайт по имени «Юнпресс» // Искусство в школе. – 2007. – № 3. – 0,4 п. л.

7. Кулакова Н. Л. Медиахолдинги самостоятельной детской и подростковой прессы // СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды: материалы всероссийской научно-практической конференции. Факультет журналистики МГУ. М., 2008. – 0,2 п. л.

8. Кулакова Н. Л. Типы медиахолдингов в самодеятельной детской (подростковой) прессе: материалы международной научно-практической конференции «Ломоносов-2008». М., 2008. – 0,2 п. л.

9. Кулакова Н. Л. Медиашкола в Интернете // СМИ в многополярном мире. К 250-летию Московского университета: материалы международной научно-практической конференции. Факультет журналистики МГУ. М., 2005. – 0,2 п. л.

10. Кулакова Н. Л. Творческое объединение «ЮНПРЕСС»: новые направления работы // Журналистика в 2003 году. Обретения и потери, стратегии развития. Факультет журналистики МГУ. М., 2004. – 0,3 п. л.

11. Кулакова Н. Л. Особенности детских и подростковых периодических изданий: материалы международной научно-практической конференции «Ломоносов-2007». Факультет журналистики МГУ. М., 2007. – 0,2 п. л.

12. Кулакова Н. Л. Периодические издания для читателей 15-17 лет // Журналистика в 2008 году. Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Факультет журналистики МГУ. М., 2009. – 0,2 п. л.

13. Кулакова Н. Л. Ценностные ориентиры детской прессы в условиях диктата рекламодателей // Журналистика в 2011 году. Ценности современного общества и средства массовой информации: материалы международной научно-практической конференции. Факультет журналистики МГУ. М., 2012. – 0,2 п. л.

14. Кулакова Н., Школьник А. Лига малой прессы. Заглянуть в глаза будущему // Детская и юношеская самодеятельная пресса: теория и практика: материалы российско-французского семинара, проходившего в октябре 1992 г. в Москве. М., 1995. – 0,5 п. л.

15. Кулакова Н., Кузин Е. Твой друг газета (организация пресс-службы и редакции газеты) // О детях, лете и газете, а также обо всем на свете (использование средств коммуникации в работе детских летних учреждений). М., 1997. – 1 п. л.

16. Кулакова Н. Критическое мышление и технологии в журналистике: выступление в качестве эксперта-журналиста по вопросам медиаобразования на интернет-конференции, посвященной международной неделе критического мышления и интернет-технологий в образовании, в Тургеневской библиотеке (прямая трансляция в Интернете и интернет-публикация на сайте представительства американской образовательной фирмы «Прожект Хармони», ноябрь 2003 г. – 0,4 п. л.

17. Кулакова Н. Л. Когда компания друзей становится организацией // Отечественные записки. – 2005. – № 6 (27). – 0,3 п.л.

18. Кулакова Н. Л. Приглашение в детскую журналистику, или Что такое ЮНПРЕСС // Газета «Первое сентября», 21 июня 2003 г., № 43.

19. Кулакова Н. Л. Интернет-олимпиада юных журналистов (о Всероссийской олимпиаде юных журналистов, проводимой Ярославским центром интернет-образования совместно с Министерством образования и науки и РОО ТО «ЮНПРЕСС» // Журнал «Планета Internet», февраль 2004 г., № 76.

20. Кулакова Н. Л. Издатель в поисках детской аудитории: в сб. «Информационное пространство российского подростка в постсоветский период (социологический анализ)». НИИ школьных технологий. М., 2006. – 0,4 п. л.

21. Кулакова Н. Л. Медиахолдинги как фактор оптимизации деятельности детских и подростковых ресурсов: в сб. «Дети и подростки в информационно-образовательном пространстве Москвы». Общероссийская общественная детская организация «Лига юных журналистов», Российский университет дружбы народов при поддержке Департамента образования г. Москвы. Редакционно-издательский центр. М., 2013. – 2 п. л.

22. Кулакова Н. Л. Для чего школе нужна газета: в сб. «Научно-методические основы модели саморазвивающегося информационно-образовательного пространства. Пособие для медиаспециалистов, педагогов, родителей и всех, кого волнует судьба «цифрового поколения». М., 2014. – 2 п. л.