



УДК 070.1(597)

DOI 10.18413/2075-4574-2018-37-4-618-622

**ДЕТСКИЕ ЖУРНАЛЫ ВЬЕТНАМА:
СПЕЦИФИКА ОБЩЕНИЯ С АУДИТОРИЕЙ****VIETNAMESE CHILDREN'S MAGAZINES:
THE SPECIFICITY OF COMMUNICATION WITH AUDIENCE****Нгуен Тхи Май Хьонг
Nguyen Thi Mai Huong**Воронежский государственный университет,
Россия, 394018, Воронеж, Университетская пл., 1Voronezh State University,
1 Universitetskaya square, Voronezh, 394018, Russia

E-mail: maihuong16101989@gmail.com

Аннотация

Во Вьетнаме очень большое внимание уделяется воспитанию молодого поколения. В этом процессе средства массовой информации играют важную роль. Есть радио и телевидение для детей, но самое традиционное СМИ – печатные газеты и журналы. Сегодня пресса для детей – изученная область СМИ. Знание ее специфики, особенностей, а также психологии ребенка возлагают огромную ответственность на людей, занимающихся детскими изданиями. И ответственность эта, прежде всего моральная, так как именно о моральном здоровье ребенка идет речь, когда он впитывает со страниц журналов и газет такие вещи, о пагубности которых взрослые, быть может, и не догадываются. Пресса для детей непрерывно развивается во Вьетнаме и в количественном, и в качественном отношениях. Детский журнал – особый тип издания, основным типобразующим признаком которого является возраст аудитории. Возрастом аудитории обусловлены и главные функции, присущие детским журналам: воспитательная, информационная, познавательная, образовательная и функция социализации. К этой группе можно отнести и специальную функцию общения, целью которой является создание особого информационного пространства для обмена мнениями между представителями юной аудитории. В статье анализируются формы и методы общения вьетнамских журналистов с самой юной частью аудитории страны – дошкольниками и младшими школьниками, отмечаются особенности взаимодействия с аудиторией, характерные именно для нашей страны. Объектом исследования являются вьетнамские детские журналы «Золотая черепаха», «Маленькое солнце», «Маленький учёный», «Дети», «Мир принцесс» и «Мир машин».

Abstract

The Democratic Republic of Vietnam pays great attention to education of the young generation of the country. In this process, the mass media play an important role. There are radio and television for children, but the most traditional media – print newspapers and magazines. Today the press for children is a fairly well researched area of the media. Knowledge of its specificities, features, as well as the psychology of the child imposes a huge responsibility on people involved in children's publications. And this responsibility is above all moral. It's about the child moral health when he absorbs from pages of magazines and newspapers such things that adults, perhaps, do not realize malignancies. The press for children is constantly developing in Vietnam both quantitatively and qualitatively. Children's magazine is a special type of publication, the main sign of which is the age of the audience. The age of the audience also determines the main functions of children's magazines: educational, informational, cognitive, informative, and the function of socialization. This group can also includes a special function of communication, the purpose of which is to create a special information space for exchange of opinions

among representatives of the young audience. The article analyzes the forms and methods of communication of Vietnamese journalists with the youngest part of the country's audience – preschool children and junior schoolchildren, notes the peculiarities of interaction with the audience, which are characteristic for our country. The research objects are Vietnamese children's magazines “Golden Turtle”, “The Little Sun”, “Little Scientist”, “Children”, “Princess” and “The Automobile World”.

Ключевые слова: дошкольники, младшие школьники, рассматривание картинок, беседы по ним, мультфильмы, комиксы, их обсуждение, гендерные различия аудитории.

Keywords: preschoolers, junior schoolchildren, perusal of pictures, conversations about them, cartoons, comics, their discussion, gender differences in the audience.

Введение

В Демократической республике Вьетнам регулярно выходят десятки детских журналов, адресованных различным возрастным группам: дошкольникам, младшим школьникам, детям пионерского возраста, старшекласникам. Именно возраст детей берётся за основу при определении содержания и оформления изданий, поскольку доминирующую роль играет именно наличие и широта представлений аудитории об окружающем мире.

Основная часть

Многие вьетнамские дети обращаются к журналам рано, иногда даже в возрасте от двух до четырёх лет, который в педагогике обычно называется преддошкольным. Эта аудитория уже умеет разговаривать; рассматривая картинки, узнаёт и называет знакомые предметы, начинает что-то сравнивать, например, игрушку и её изображение в журнале, героя мультфильма в журнале и на экране. Так предновогодний номер журнала «Маленькое солнце» (№ 77) на девяти страницах представляет «дефиле» героев новых мультфильмов и даёт задание назвать их. Художники журнала «Золотая черепаха» (№ 12) предлагают собственные истории в картинках («комиксы»), которые старшие члены семьи могут обсудить с ребёнком, например: «Кто из друзей Зелёной Птицы поможет ей восстановить свой дом после бури и ливня?». Отметим, что даже в журналах для дошкольников (а дети у нас идут в школу с шести лет) могут обсуждаться вопросы, над которыми они раньше не задумывались. Например, Кролик из комикса «Трансформация» («Золотая черепаха» № 12), увидев, как Куколка превращается в Бабочку, пытается выяснить, в кого, повзрослев, превратится он сам. И происходит серьёзный разговор о том, что не все живые существа трансформируются неузнаваемо: маленький кролик станет взрослым кроликом, маленький мальчик станет взрослым человеком.

Подобные процессы, в частности, введение в лексикон дошкольников «взрослых» слов, наблюдаются и в России. Так профессор Высшей школы экономики А.В. Шариков отмечает, что расширение лексикона чаще всего происходит «за счёт новых технических и экономических терминов. Например, в 1990 г. в детско-юношеских изданиях практически не фигурировало слово «Интернет», в 2000-х гг. оно встречается часто» [Шариков, 2006: 264]. В его фундаментальном исследовании детских газет и журналов из 15-ти городов России за 15 лет (всего было проанализировано 1439 содержательных единиц – текстов, фотографий и рисунков) отмечено расширение лексикона юных авторов. Возможно, сыграло роль и увеличение количества невербальных визуальных элементов (рисунков и фотографий): представляя предмет визуально, легче запомнить его название и понять действие. Подобная тенденция наблюдается и у нас. Пример – анализ текстового и визуального наполнения трёх журналов для дошкольников (см. таблицу).



Таблица 1

Table 1

Анализ текстового и визуального наполнения трёх журналов для дошкольников
 Analysis of text and visual filling of three magazines for preschoolers

Названия журналов	Количество страниц	Количество фото и рисунков	Количество текстов	Соотношение текста и визуализации
«Дети»	34	25+95	53	2.2 картинки на текст
«Золотая Черепаха»	24	9+52	8	7.6 картинки на текст
«Маленькое Солнце»	116	76+189	47	5.7 картинки на текст

Отметим, что визуальное сопровождение текстов с каждым годом увеличивается как в России, так и у нас во Вьетнаме, особенно это заметно именно в журналах для дошкольников и младших школьников. Это помогает ребёнку, во-первых, создать более яркое представление об окружающем мире, а во-вторых, в общении со старшими развивать свою речь, делать её более понятной и правильной.

Журналы предлагают дошкольникам и младшим школьникам разнообразные виды самостоятельной деятельности: раскрашивание картинок, отгадывание загадок, придумывание окончания рассказа, настольные игры (типа лабиринтов, развёрстаных на развороте журнала), различные виды рукоделия, а иногда и такие серьёзные акции, как уборка собственной комнаты. Ребёнок рассматривает на одной картинке журнала детскую комнату, где всё прибрано, а на другой – где всё разбросано после игры. Сравнивая две картинки, он обсуждает со старшими, где что находилось первоначально, после чего расставляет на места и свои собственные игрушки. Таким образом, мы можем сделать вывод, что уже на этом возрастном этапе планирования очередного выпуска детского издания предполагается не только чтение и рассматривание картинок, но и широкое поле самостоятельной деятельности ребёнка, развивающей и речь, и действия, и представление о мире.

В работах российских исследователей детских журналов мы обратили внимание на замечания о нежелательности слишком раннего гендерного подхода к содержанию детских журналов, мол, рано журналы для дошкольников ориентировать на «только для девочек» и «только для мальчиков». Например, М.А. Федулова из Международного университета природы, общества и человека (г. Дубна) критикует американский журнал «Бэби Борн» за «ярко выраженную гендерную обособленность и преимущественно развлекательный характер... Также негативным моментом является факт чрезмерного акцентирования внимания на ценности внешней привлекательности» [Федулова, 2012: 366-367]. Во Вьетнаме редакционные коллективы детских изданий до недавнего времени тоже придерживались такой позиции. Но 9 лет назад появился новый журнал «Мир детства», отличавшийся от остальных не только форматом (в два раза больше прочих детских журналов), но и совершенно чёткой гендерной направленностью. Вариант для мальчиков называется «Мир машин», для девочек – «Мир принцесс». В «Мире машин» примерно по 80 картинок с автомобилями, в «Мире принцесс» от 70 до 80 картинок с красивыми, нарядными девочками, а иногда и взрослыми девушками. Сегодняшние девочки начинают рано присматриваться к моде, шить, вязать, хотя бы и для кукол. Мальчики спокойно носят одежду, купленную родителями, изыски моды в этом возрасте их не волнуют. Пройдёт лет 7-8, и журнал «Цветы школьников» предложит им десятки картинок с модной одеждой и причёсками для подростков. Часть их выполнена в виде открыток на твёрдой бумаге с адресами фирм, и школьник может самостоятельно сделать заказ на понравившуюся рубашку или

куртку. Но в младшем школьном возрасте мальчики больше всего интересуются машинами. Поэтому «Мир машин» быстро стал их любимым журналом.

В «Мире принцесс» – волшебные сказки, часть картинок, которые нужно раскрасить самим, иногда – конкурс на лучший маскарадный костюм, на самый удачный финал рассказа или сказки, в январском номере – составление плана своей деятельности на предстоящий год. Праздничный стол, глобальное потепление, комнатные растения – всё это круг интересов девочек, выписывающих «Мир принцесс». И когда их ровесники, наконец, увлекутся модой, они смогут стать советчицами в выборе одежды и обуви. Это важно, потому что подростки, заинтересовавшись модой, «оказываются в «зоне доступа» не только рекламы, непосредственно нацеленной на детскую аудиторию, но и рекламы, ориентированной на взрослых и зачастую совсем не подходящей для детского возраста» [Новикова, 2009: 308]. Вьетнамские детские издания стараются оградить юных читателей от такого влияния.

Чем ближе юный читатель подходит к школьному возрасту, тем шире становится круг тем, адресованных ему журналами. Появляются материалы о природе и животных, например, в журнале «Дети» № 65 напечатан большой интересный, богато иллюстрированный материал о скорпионах, этот журнал постоянно беседует с читателями о правильном питании, отвечает на их самые разнообразные и неожиданные вопросы. Например, Тран Лэн Вьен спрашивает: «Я слышал, что люди, которые любят красный цвет, вспыльчивые, которые любят белый – нежные, а чёрный – вообще плохие. Это так?» - «Нет, это не так! – отвечает редакция. – Жизнь богата красками, у каждой своя прелесть! Если ты сегодня надел белую рубашку и чёрные брюки, ты хороший или плохой? А у твоей сестры на чёрном платье красные розы и белые лилии. Она какая? Получается, что все люди одновременно и хорошие, и плохие. Так не бывает!» [Tran Lan Van, 2016: 27].

Журнал «Маленький учёный» во время трансляции зарубежных мультфильмов старается увязать получаемые ребёнком сведения со знаниями биологии, географии и других наук, печатая кадры этих фильмов и сопровождая их вопросами:

«– В какой части света находится родная саванна Короля Льва? В Азии или в Африке?»

– Как быстро убрать дерево с дороги в фильме «Сложное утро?»

– От каких болезней лечит своих пациентов Доктор Плюшева?»

Отметим также, что часто, обсуждая с журналистами сюжеты мультфильмов, юным зрителям и читателям приходится использовать и свои первоначальные знания английского языка.

Заключение

Из всего сказанного мы можем сделать вывод, что создателями вьетнамских детских журналов многое делается для того, чтобы информация была не только принята, но и воспринята аудиторией, запомнилась. При этом они ориентируются на такие психологические характеристики аудитории, как «определённый уровень знаний, определённая мотивация вступления в общение, определённая ориентация, определённый уровень интереса и внимания» [Леонтьев, 1974: 44]. Именно с интересом и вниманием воспринятое оказывается усвоенным более чётко, упорядоченно и глубоко.

Список литературы References

1. Леонтьев А.А. 1974. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М.: Наука, 174.

Leont'ev A.A. 1974. Psycholinguistic problems of mass communication. M.: Nauka, 174. (in Russian)



2. Новикова А.А. 2009. Научно-популярные издания: фактор повышения уровня грамотности детской аудитории. Материалы всероссийской научно-практической конференции «Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ». Москва, МГУ: 308–309.

Novikova A.A. 2009. Scientific popular editions: the factor of increasing the level of literacy of the children's audience. Materialy vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Obshchestvennaya povestka dnya i kommunikativnye praktiki SMI». Moskva, MGU: 308–309. (in Russian)

3. Руденко И.А. 2001. Детская и юношеская пресса. Система средств массовой информации России. М., Аспект Пресс: 149–163.

Rudenko I.A. 2001. Children's and youth press. Russian mass media system. M., Aspekt-Press: 149–163. (in Russian)

4. Руденко И.А. 2009. Журналы для дошкольников и младших школьников: особенности развития. Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. М., МГУ: 309–310.

Rudenko I.A. 2009. Magazines for preschoolers and younger students: features of development. Public agenda and media communication practices. Moskva, MGU: 309–310. (in Russian)

5. Руденко И.А. 2011. Чему учит пресса дошкольников? СМИ в публичной сфере. М., МГУ: 362–363.

Rudenko I.A. 2011. What does the press teach preschoolers? Mass media in the public sphere. Moskva, MGU: 362–363. (in Russian)

6. Федулова М.А. 2012. Основные ценностные категории в современных детских журналах. Ценности современного общества и СМИ. М., МГУ: 366–367.

Fedulova M.A. 2012. The main value categories in modern children's magazines. Values of modern society and the mass media. Moskva, MGU: 366–367. (in Russian)

7. Федулова М.А. 2012. Основные ценностные категории в современных журналах для девочек. Материалы международной научно-практической конференции «Ценности современного общества и средства массовой информации». Москва, МГУ: 366–367.

Fedulova M.A. 2012. The main value categories in modern magazines for girls. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Tsennosti sovremennogo obshchestva i sredstva massovoy informatsii». Moskva, MGU: 366–367. (in Russian)

8. Харитоновна С.В. 2012. Визуальный образ в изданиях для детей. Ценности современного общества и СМИ. М., МГУ: 305–306.

Haritonova S.V. 2012. The visual image in publications for children. Values of modern society and the mass media. Moskva, MGU: 305–306. (in Russian)

9. Шариков А.В. 2006. Тенденции в изменении содержания и формы самодеятельной детско-юношеской прессы России. Материалы научно-практической конференции «Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве». Москва, МГУ: 263–264.

Sharikov A.V. 2006. Tendencies in changing the content and form of the amateur children's and youth press of Russia. Materialy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Zhurnalistika v 2005 godu: transformatsiya modeley SMI v postsovetском informatsionnom prostranstve». Moskva, MGU: 263–264. (in Russian)

10. Tạp chí “Rùa Vàng”, số 12, xuất bản 20/03/2017.

The magazine “Golden Turtle”, № 12, published 20/03/2017. (in Vietnamese)

11. Tạp chí “Mặt Trời Nhỏ”, số 77, xuất bản 02/2016.

The magazine “The Little Sun”, № 77, published 02/2016. (in Vietnamese)

12. Tạp chí “Bác Học Nhi”, số 15, xuất bản 01/2013.

The magazine “Little Scientist”, № 15, published 01/2013. (in Vietnamese)

13. Tạp chí “Công Chúa”, số 71-72, xuất bản 01-02/2016.

The magazine “Princess”, № 71-72, published 01-02/2016. (in Vietnamese)

14. Tạp chí “Thế Giới Ô Tô”, số 68-69, xuất bản 01-02/2016.

The magazine “The Automobile World”, № 68-69, published 01-02/2016. (in Vietnamese)

15. Trần Lan Vân. 2016. Kết nối. Tạp chí “Nhi Đồng”, 27: 65-66.

Tran Lan Van. 2016. Connect. The magazine “Children”, 27: 65-66. (in Vietnamese)