

## Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

### Особенности участия авторов-детей в массовой коммуникации

*Вищук Оксана Юрьевна*

*Аспирант*

*Национальный технический университет Украины КПИ, издательско-полиграфический институт, Киев, Украина*

*E-mail: okbilyk@gmail.com*

Современные педагогические и психологические исследования показывают, что процесс коммуникации, в котором участвуют дети, существенно отличается от коммуникации взрослых участников. Эти отличия связаны, в первую очередь, с постепенным развитием коммуникативных навыков и с разными уровнями коммуникативной компетентности у детей разного возраста [3].

Соответственно, массовая коммуникация при участии автора-ребенка также будет отличаться от «взрослой». Само определение такой коммуникации как «массовой» вызывает вопросы. Если использовать численный критерий, согласно которому к массовой относят аудиторию численностью более 1000 человек [1], то большинство школьных газет и других изданий, которые публикуют авторов-детей, нельзя отнести к СМК, поскольку их тиражи редко превышают 100 экземпляров. В то же время другие определения массовой аудитории, как, например, «аудитория, состоящая из такого количества членов, которое не сможет охватить коммуникатор при непосредственном общении» [Иванов, 2002, с. 130] позволяют отнести к ним и небольшие детские издания.

Позиция авторов-детей в системе массовых коммуникаций также отличается от позиции взрослых авторов. С одной стороны, дети часто нуждаются в помощи взрослых при подготовке текстов для широкой аудитории, поскольку самостоятельно они в большинстве случаев не могут создавать качественные публицистические или художественные тексты в силу недостатка знаний и литературного опыта. С другой стороны, при наличии указания на возраст автора (в названии издания, в его позиционировании или непосредственно в тексте), аудитория изменяет и частично снижает свои ожидания к тексту юного автора. Ему готовы простить малый словарный запас, поверхностную обработку темы и специфический стиль изложения.

Также среди основных особенностей массовой коммуникации, в которой участвуют авторы-дети, можно назвать:

- Ограниченные каналы коммуникации. Большинство авторов-детей не имеют возможности передавать сообщения через каналы массовой коммуникации, предназначенные для взрослых авторов и реципиентов. Среди доступных ребенку каналов передачи текстовых сообщений на первом месте стоит Интернет (блоги и литературные сайты), на втором – периодика (школьные газеты, редко – взрослые издания), на третьем – книжные издания (сборники, редко – моноиздания).
- Непонимание автором-ребенком читательского назначения сообщения. Дети при создании текстов не представляют себе и не оценивают своего адресата, чаще всего они пишут «для себя», что ведет к использованию понятных лишь самому автору кодов и лексикодов, в то время как потребности и особенности реального

адресата не учитываются. Авторы младшего и среднего школьного возраста часто не осознают, что обращаются к широкой аудитории, авторы старшего возраста, наоборот, склонны переоценивать коммуникационные возможности издания.

- Повышение роли редактора в процессе создания и передачи сообщения. Современные модели коммуникации часто игнорируют роль редактора в формировании сообщения, хотя и в работе над взрослыми изданиями редакторский анализ может существенно повлиять на авторский оригинал. Работая с авторами-детьми, редактор часто играет роль обязательного фактора, без которого процесс коммуникации не начинается или не происходит. Редактор влияет на автора (в выборе идеи и формы сообщения), на сообщение (редактируя его) и на канал передачи сообщения (редактируя школьную газету или формируя сборник). Именно редактор обеспечивает адекватное понимание сообщения автора-ребенка читательской аудиторией.

Таким образом, участие авторов-детей в массовой коммуникации носит специфический характер, подразумевает наличие взрослых специалистов и требует дальнейших исследований для создания максимально комфортных для юного автора условий.

### **Литература**

1. Ромат Е.В. Реклама. СПб.: Питер, 2002.
2. Иванов В.Ф. Масова комунікація як соціальне явище // Наукові записки Інституту журналістики. 2002. Т.6. С. 129-139.
3. Роговик Л. Психологічні аспекти комунікації дітей молодшого шкільного віку // Актуальні проблеми психології. 2009. Т.7. Вип.20.Ч.2. – С.128-132