

# Воспитательная работа

## ОТ ДЕТСКОЙ ГАЗЕТЫ И ВИДЕОФИЛЬМА — К ПРЕОБРАЗОВАНИЮ СЕБЯ И ОБЩЕСТВА ДЕТЬМИ

**Сергей Цымбаленко**, кандидат философских наук,  
президент творческого объединения «ЮНПРЕСС»

— Вы не хотите купить нашу газету и узнать, как живут дети улиц? — предлагали на вокзале Берлина ребята лет тринадцати.

Мы купили. И попросили проводить в редакцию этого необычного издания.

В небольшом помещении было всего двое взрослых людей, столы с компьютерами, чайный стол. Как в революционный штаб, сюда небольшими группами приходили подростки: перекусить и одновременно рассказать, что они сделали, получить новое задание.

Газета детей, оказавшихся на улице, — это инициатива двух взрослых людей, мужа и жены. Они получили на свой проект финансирование от властей города. Газета позволяла беспризорным обсуждать свои проблемы и находить социально приемлемые решения. Одновременно она информировала взрослое общество о реальных процессах, которые происходят в этой закрытой среде. Кроме того, это была возможность легального заработка: процент от продажи газеты, гонорары за статьи, набор текстов, рисунки, фотографии.

Многообразие информационной продукции для самых различных и небольших социальных групп, в том числе с их активным участием, — это одна из основных тенденций развития информационно-коммуникативного поля и главная задача государственного и общественного регулирования этих сложных процессов.

Информационные проекты усиливаются и приобретают глубину, иное измерение при грамотном использовании современных технологий.

Давайте разберёмся, почему.

Если взглянуть на прошлое сегодняшними глазами, то его можно разделить на две цивилизации. История много веков про-

исходила как конфликт и смена поколений. Дети были бесправны и ждали своей очереди, чтобы повзрослеть и оттолкнуть поколение отцов, занять их место в обществе. Сейчас мы стоим на пороге новой цивилизации, когда есть возможность и необходимость развиваться через равноправный диалог поколений. Одной из первых на это обратила внимание ещё в середине прошлого века этнограф Маргарет Мид, изучая первобытные сообщества. Она предсказала появление «префигуративного» (диалогового) общества, где взрослые также учатся у детей, вступая с ними в равноправное общение [3, с. 322, 342]. Такая характеристика XXI века точнее и богаче, чем «информационное общество», потому что информационные процессы не должны занимать место властного монстра, а выполнять служебную роль — обеспечивать равноправный диалог, взаимообогащение поколений, помогать в решении злободневных социальных проблем.

Пока большая часть взрослого поколения России снисходительно смотрит на тех, кто идёт следом, обрекает детей на безмолвие, юное поколение уже живёт в другой реальности.

Исследование «Информационное пространство российского подростка в постсоветский период» [5] показало, что даже ведущее средство массовой информации — телевидение, отодвинуто в категорию развлечения. 74,2% ребят 11–16-ти лет проводят большую часть свободного времени с включённым телевизором. Общение с друзьями совсем немного уступает в популярности — 71,1% отмечают его как важную часть досуга. Зато значимую для себя информацию подростки предпочитают получать от сверстников — так ответили 58,8%. На втором месте — родители (54,4%), потом школьные уроки, учителя (51,1%). Средства массовой информации занимают более скромное место: газеты, журналы набрали 48,4%, телевидение — 45,7%, книги (не учебники) — 39,1%, компьютерные источники, Интернет — 30,9%, радиопередачи — 18,2% [5]. Межличностные источники информации заняли первые три места, значительно опередив телевидение и другие СМИ.

Итак, наиболее важные для себя сведения современные подростки предпочитают получать в общении со сверстниками. Эта информация вызывает у них большее доверие, чем предлагаемая взрослыми. Иначе говоря, в освоении жизненно важных знаний и навыков подростки склонны опираться на опыт своего поколения. По мнению специалиста по современной подростковой и молодёжной субкультуре Ю. Шинкаренко [8], подрастающее поколение России постсоветского периода социализируется преимущественно через субкультуру

турные ниши. Этот механизм пришёл на смену единой идеологии, единой системе образования и воспитания. Вот почему важно, когда подростки передают друг другу информацию с помощью информационных проектов.

С другой стороны, подростки открыты и для общения со взрослыми, которые занимают приоритетное место как участники равноправного диалога по волнующим ребят вопросам жизни. Мало того, они стараются влиять на взрослых даже в такой «недетской» сфере, как выборы власти. Как показал наш опрос, число активных агитаторов почти 30%. Пик активности — возраст 16–17 лет (35,9%). Более трети из тех, кто пытается влиять на взрослых, считают, что делают это результативно. Среди 16–17-летних таковых 43,3% [5].

Дети направляют послания обществу в виде своих газет, видеофильмов, интернет-ресурсов. С конца 1980-х годов это мощная и всё нарастающая волна самиздата, которая растёт несмотря на отсутствие экономических и правовых условий.

Как использовать возможности детских средств коммуникации и информации? Конечно, их воздействие происходит не автоматически. Это механизм программы жизнедеятельности коллектива. Одним из первых предвестников современных процессов стал ещё в начале 1960-х годов писатель Владислав Крапивин, создавший в Свердловске (ныне Екатеринбург) детский пресс-центр и флотилию «Каравелла», который существует до сих пор.

Программа «Каравеллы» задала высокую планку месту и роли в обществе как самого детского объединения, так и каждого ребёнка, его путь социализации: «Мир громаден, интересен, сложен и неспокоен. Каждый человек открывает этот мир для себя заново, как Колумб открыл Америку. Все знания, науки, сокровища искусства — как новые острова и континенты для тех, кто вступает в жизнь. Мы хотим знать мир, в котором живём, как можно лучше, глубже, шире... Настоящий человек не может быть в жизни зрителем. Он должен быть строителем и борцом. Чтобы стать таким, ему нужен настоящий характер. Воспитание характера — прямого, смелого, упорного — мы считаем важной задачей... Характер воспитывается не только лекциями и книгами. Он крепнет в делах. Мы — корреспонденты. Уже сейчас мы должны активно участвовать в жизни. Мы должны рассказывать людям обо всём интересном, полезном и важном, что знаем и видим. Мы обязаны вступать в борьбу, если встретим на своём пути несправедливость. Вмешательство в жизнь, активное участие в ней — наше главное правило». Эти строки программы «Каравеллы» можно найти в книгах «Чем

крепче ветер» [6, с. 154] и «Море в конце переулка» [4], кстати, составленных из материалов самих детей.

В коммуникативных сообществах, даже если они являются многопрофильными, информационная составляющая (выпуск газет, журналов, создание видео- и интернет-ресурсов) является стержнем, внутренним психологическим механизмом социализации, обновления, включённости через информационно-психологическое пространство в социальные процессы.

Можно выделить следующие особенности коммуникативного сообщества:

1. Гражданская направленность, ответственность за окружающий мир, изменение социальной среды (информационная открытость).

2. Своя сформулированная этика и идеология, автономность от внешней среды, накопление и обогащение опыта решения социальных проблем.

3. Разновозрастность как модель общества, межпоколенческого взаимодействия, ответственность друг за друга и за младших.

4. Открытие мира как интеллектуальная задача и программа; многопрофильность деятельности, соответствующей потребностям и интересам ребёнка.

5. Взрослые и старшие в роли проводников в мир знаний и деятельности, «механизмов» накопления, передачи и обогащения исторической информации.

6. Яркая жизнь, насыщенная событиями; детские впечатления, которые существенно влияют на всю последующую судьбу; сказываются на отношении к детям; оптимистическом и конструктивном взгляде на действительность.

7. Средства коммуникации выступают не только способом реализации целей и решения проблем коллектива, но и служат самовыражению, самореализации его членов, являются самооценностью. Они помогают ребёнку, подростку организовать себя, выразить свои мысли, распространить их среди других людей, преодолевать личную замкнутость, раскрыть своё «Я», быть услышанными; фактически дети становятся в позицию равенства со взрослыми [2, с. 15].

8. Если подростки из-за невозможности реально изменить мир высказывают свои мнения о нём, то подобное средство массовой информации становится своего рода проектом, планом изменения жизни [2, с. 101]. Создаётся уникальное социально-лингвистическое поле, самостоятельная реальность, параллельная действительности и влияющая на неё.

Жак Гоне, идеолог европейского медиаобразования, в своём труде «Школьные и лицейские газеты [2] рассказывает о необычном эксперименте. Отчисленным из средней школы подросткам предложили овладеть видеотехникой. Исследователи констатировали, что в начальный момент, перед тем, как прикоснуться к видеокамере, реакция подростков выражалась в граде ругательств, грубости. Затем наступила фаза, когда эти ребята начали снимать друг друга на видеоплёнку и резко изменили своё поведение, как если бы этот новый взгляд камеры поддерживал бы их существование. Камера воспринималась ими, как взгляд воображаемой матери, который должен был судить о них. Это беспокойство вызывало гнев. Они преодолели это состояние лишь через освоение видеокамеры, через как бы превращение в мать, через рассматривание самих себя, через открытие иного взгляда на самих себя, стараясь быть привлекательными, интересными. Подобный феномен существует и в плоскости других самостоятельных средств коммуникации. Газета — это средство, позволяющее быть признанным другими, а значит, позволяющее стать сыном родителей, которые могут гордиться своими детьми. Ребёнок, творя, как бы помещает себя на место родителей, которым доставляет удовольствие видеть, как он делает что-то для других. Наконец, это право ребят заняться собой, право полностью принадлежать самим себе [2, с. 153].

Проектирование жизни средствами творческого самовыражения педагоги анимационных студий начинают прививать детям уже с трёх лет. В киностудии «Поиск» (Новосибирск) маленькие дети при помощи более опытных студийцев создают короткометражные мультипликационные фильмы, в которых сохраняется их восприятие действительности, собственный язык. Придумывая сюжеты для фильмов, делая рисунки, малыши приучаются к тому, что мир подвластен им, его можно изменять по своему желанию. Лариса Крапивина, исследователь-практик и сегодняшний руководитель «Каравеллы» назвала это методом спроектированного идеала, специфического информационного взаимодействия, когда жизненный опыт детей и подростков проектируется средствами художественных произведений через показ наиболее типичных поведенческих моделей отношений в социальном пространстве. Художественный образ отражает действительность в её лучшем выражении, а действительность изменяется под воздействием художественного образца. Подобную роль выполняет журналистское и в целом коммуникативное, а также художественное творчество самих детей. Метод спроектированного идеала открывает большие возможности в социальном

жизнетворчестве в современном информационно-психологическом пространстве.

На этой волне появилось юношеское объединение ЮНПРЕСС, чтобы вести «разведку боем» в данном направлении и поддерживать ростки самостоятельных детских средств массовой информации.

Особенностью объединения ЮНПРЕСС стал особый тип коммуникативного сообщества: для осуществления информационных проектов создаётся временный разновозрастный коллектив. Помимо устойчивого ядра всегда есть те, кто приходит и уходит в зависимости от интереса в осуществлении того или иного проекта.

Первым таким объединением была группа старшеклассников для выпуска специализированной страницы «Эпицентр» в «Учительской газете» в 1980-е годы. Мнения ребят о жизни могли быть прочитанными и сверстниками (газету рекомендовалось вывешивать в школах), и педагогами. Редакционная группа была открытой — существовал институт сменных дежурных редакторов, среди которых были желающие со всего Советского Союза. Юный редактор определял главную тему, подбирал и организовывал материалы, нёс полную ответственность за результат — вплоть до вычитки гранок в типографии перед выходом газеты. Редакция серьёзно относилась к праву детей на своё свободное слово. Был всего один случай, когда взрослый журналист, ответственный за выпуск, пытался снять детский материал, но главный редактор «Учительской газеты» Г.Н. Селезнев встал на сторону детей. Этот опыт востребован и сегодня, потому что даже небольшой «детский уголок» во взрослом издании — от районного, городского до всероссийского, — может стать каналом межпоколенческого диалога, способного повлиять на судьбы детей и отношение к ним окружающих.

Страница «Эпицентр» переросла в самостоятельную «Юношескую газету» с постоянной подростковой редакцией и активом из многих регионов России. Некоторое время подростковая редакция существовала как трудовой отряд при поддержке службы занятости Москвы — дети получали зарплату за свою работу. Сейчас она существует в электронном виде на портале [www.unpress.com](http://www.unpress.com).

В 1991 году по инициативе популярной актрисы Татьяны Веденеевой, тогда ведущей утренней программы ОРТ, на главном телеканале страны появился ещё один информационный проект — рубрика «Школьные новости», которые готовили и вели сами дети. Татьяна Вениаминовна объясняла: «Я хочу, чтобы взрослые услышали своих детей хотя бы с помощью телевидения».

Для этого проекта появилось объединение юных тележурналистов — самых обычных детей «с улицы» 8–12 лет. Занятия с ними строились в игровой форме. Прежде всего, пришлось избавляться от школьных стереотипов, раскрепостить естественную творческую активность и непосредственность ребят. Рождение сюжетов, подготовка к эфиру проходили так, что маленькие ведущие не подозревали, где кончается игра и начинается съёмка. К примеру, существовала рубрика «Министры в коротких штанишках». Ребята сидели в креслах и министра образования, и министра обороны. На очередном занятии было предложено представить себя на месте руководителя Государственного комитета по делам молодёжи. Один из маленьких ведущих представил себе государственного человека так: поднимает трубку и повелевает «Девушка, чаю». На съёмках в настоящем кабинете настоящего председателя ребятам было предложено повторить то, что родилось в ходе деловой игры. Представьте себе удивление мальчика, когда он снял трубку, сказал заветные слова — и вошла женщина-секретарь с чаем. Неповторимые детские реакции и составляли «изюминку» телерубрики. Затем председатель Государственного комитета по делам молодёжи (им тогда был Андрей Шаронов) комментировал то, что предложили ребята, оказавшиеся на его месте. Даже солидные телеоператоры, привыкшие снимать торжественные события в Кремле, увлекались игрой-съёмкой. С опытом работы «Школьных новостей» знакомились создатели детской информационной программы «Там-там-новости» российского телеканала. Вслед за нами пошли и региональные телерадиоканалы, где стали создаваться редакции детей и подростков, юные авторы завоёвывали эфир.

Сегодня это тысячи детей, которые занимаются в телевизионных и видеостудиях. Причём парадоксально, наиболее успешными оказываются ребята из небольших сёл, городов — студии «Радиус» Останкинского детского дома Нижегородской области, студии «Радуга» села Хворостянка Самарской области и других.

Новым явлением стало то, что профессионалы высокого класса выражают готовность сотрудничать с такими детьми. Известный кинорежиссёр Владимир Грамматиков стал инициатором и президентом проекта поддержки детского и юношеского экранного творчества — общероссийского форума «Бумеранг» (смотрите [www.unpress.com/раздел «Бумеранг»](http://www.unpress.com/раздел%20«Бумеранг»)). Содружество поколений, возможность диалога профессиональных и начинающих кинематографистов, тележурналистов, деятелей культуры — главная особенность и достижение форума. Этот диалог обеспечивается прежде всего на лич-

ностном уровне. В нём участвуют самые известные деятели кино, такие как кинооператоры Эдуард Розовский («Бегущая по волнам», «Белое солнце пустыни») и Александр Антипенко («Мольба», «Прощу слова», «Мио, мой Мио»), кинорежиссёр-документалист Сергей Мирошниченко («Рождённые в СССР», «Неизвестный Путин. Мир и война»), режиссёр-мультипликатор Александр Горленко («Про черепаху», «Новые Бременские»), художник-мультипликатор Виолетта Колесникова (создатель образа Винни-Пуха и сотен других). Партнёром форума является Госфильмофонд России во главе с генеральным директором Н. Бородачевым, который помогает детям и их руководителями знакомиться с шедеврами мирового кино. Сопрезидент форума «Бумеранг» Александр Школьник, член Совета Федерации Федерального собрания РФ, в этом проекте возглавляет телевизионное направление, привлекает к работе с детьми таких мэтров тележурналистики, как ведущая программы «Время» Екатерина Андреева, ведущий «Новостей» Первого канала Дмитрий Борисов, ведущая ТВЦ Татьяна Ципляева и других. Проведение форума способствует решению важной социокультурной задачи: ребята при помощи профессионалов активно создают телевизионную и видеопroduкцию, интернет-ресурсы и с их помощью рассказывают обществу о том, что считают важным, влияют на общественное мнение, восполняют недостающие информационно-культурные ниши. Новое «информационное изобретение» «Бумеранга» — коллективный фильм, который начали снимать объединёнными усилиями детские студии страны под руководством кинорежиссёров Владимира Грамматикова и Юлия Файта, кинооператора Александра Антипенко. На сайте «Бумеранга» можно разместить свои сценарии и фотопробы героев фильма, смонтировать снятый материал и т.д.

Интернет может быть хорошим помощником в социальных начинаниях. ЮНПРЕСС стал осваивать новое информационное пространство с 2000 года — был создан первый в России молодёжный интернет-портал YNPRESS.RU (новый адрес YNPRESS.COM). Вместе со взрослыми специалистами этим занимался 14-летний вундеркинд из г. Омска. Большую часть разделов придумывают и редактируют старшеклассники, студенты из многих регионов России. В рамках мультимедийного пространства (синтез текстовой, графической, аудиовизуальной информации с обратной связью) теперь каждый может предложить свой продукт, реализовать себя — и как автор, и как редактор, и как дизайнер.

Многие психологи и медиаспециалисты при создании молодёжных и юношеских информационных моделей уверяют, что эту ауди-

торию, прежде всего, интересуют развлечения, секс, спорт, деньги, только на этих основаниях можно добиться успеха. Одним словом, можно даже не давать «хлеба», а только «зрелища». Они забывают, что подобные потребности порождаются самими невзыскательными средствами массовой информации. Подобные стереотипы используются и при создании электронных молодёжных средств коммуникации. Серьёзные исследования, в том числе наши, показывают, что первоочередные проблемы молодых россиян — как выжить в непростом мире, реализовать себя, найти своё место в обществе, уже в юном возрасте быть признанным и уважаемым сверстниками и взрослыми, защищённым. У юного поколения много сложных вопросов, на которые они затрудняются ответить. Поэтому в основу концепции портала YNPRESS.COM положены социальная значимость информации и актуальность для юной аудитории, помощь в поиске важных сведений, адаптация к «взрослой» жизни, осознание себя важной частичкой социума, а также содействие в преодолении таких распространённых в подростковой и молодёжной среде «болезней», как одиночество, социальная конфронтация, наркомания, алкоголизм и др. Причём поиск ведётся коллективно, иначе он не может быть результативным. Над этим пришлось задуматься ещё работая над моделью «Юношеской газеты» в 1980-е годы. Четырнадцатилетний Сергей Щ. из Пятигорска рассказал, что его чуть ли не ежедневно на улице унижают компании сверстников, отбирают деньги. Как помочь? Давать советы психологов, юристов? Но каждый подросток не похож на другого, случай обрастает массой особенностей, обстоятельств. Ни один специалист не может дать точный рецепт, как и хороший врач не даёт на все случаи жизни одно снадобье, подбирает свой ключ лечения каждого больного. Редакция решила заложить в форму подачи материала диалог с аудиторией, чтобы юные и взрослые читатели рассказали, как они выходили из подобных ситуаций. Так родился проект «Жизнь не по учебнику». В «Юношеской газете» стали собирать истории, как сами подростки решают трудные проблемы. Появилась «коллекция» способов, как сказать «нет», когда тебе в первый раз предлагают закурить, выпить, принять наркотики. Или как найти общий язык при конфликте с родителями, учителями, как вести себя при столкновениях с милицией. В проекте «Жизнь не по учебнику» сверстники выступают советчиками друг другу и экспертами наравне со взрослыми. Он реализуется сейчас и в интернет-варианте.

Это общий «секрет» современных информационных проектов и продукции: они должны включать в себя обратную связь, партнёр-

ские отношения с аудиторией, носить диалоговый характер. Далее они должны быть многовариантными и, благодаря коммуникативным связям субъектов, включать в себя процессы новообразования и поиска, отбора как творчества взамен стихии рыночного отбора. Нужны циклы программ, статей, предполагающих подобный диалог аудитории, совместный поиск выхода из жизненных тупиков.

На нашем портале для удовлетворения данной потребности используется ещё одна перспективная коммуникативная модель — банк судеб. Первым начал создавать подобный банк Стивен Спилберг, снимая в период работы над фильмом «Список Шиндлера» видеоинтервью жертв холокоста в разных странах. «Банк судеб» портала YNPRESS.COM рассказывает о том, как складываются творческие и жизненные биография одарённых детей в различных областях искусства и культуры, прежде всего из регионов, социально незащищённых слоёв. Он позволяет сделать их талант общественным достоянием, найти необходимую поддержку. Модель банка судебных разных слоёв — от бездомных до одарённых — это важный коммуникативный механизм для преодоления социальных разломов, и, одновременно, образы героев-сверстников для огромной аудитории подростков, которые могут удовлетворить потребность в идеалах для подражания.

Катя Силич, 15 лет, Эля Морозова, 14 лет, детское информационное агентство «ЮН-TV», г. Омск, городской Дворец творчества детей и юношества: «Подросток в России не может влиять на социальное и политическое устройство государства. До 18 лет он не имеет права голоса и не может выбрать президента для себя. Хотя с 14 лет он уже несёт уголовную ответственность и может вступить в брак. Подростки должны участвовать в выборах, ведь детей в стране не меньше, чем взрослых. Моё предложение: на избирательных участках сформировать специальную комиссию, чтобы подросток при желании мог принять участие в голосовании с 14 лет.

Ильдар Шангараев, 14 лет, г. Омск: «Предлагаю проводить альтернативные президентские выборы в школах с участием подростков от 14 до 18 лет параллельно со «взрослыми». Политик, ставший лидером голосования, становится официальным представителем в Думе, защищающим интересы молодого поколения».

Любопытно, что последняя идея реализована в Финляндии, где перед взрослыми выборами проводится голосование молодых людей от 14 до 18 лет, что влияет на общественное мнение.

Многие участники интернет-диалога пришли к выводу, что нужен постоянный диалог детей и руководства страны, механизм рас-

смотрения инициатив детей и молодёжи Правительством РФ и Федеральным собранием. На основе этого разработан проект молодёжного парламента в сети Интернет, который, по нашему мнению, намного эффективней деловых игр в молодёжные и детские парламенты, в которых могут принимать участие немногочисленные молодые люди. Правда, коммуникативная модель диалога власти и подрастающего поколения, к сожалению, не реализована в повседневной практике и сегодня.

Информационное пространство, открытое для подрастающего поколения, позволяет разрешить ещё одну социальную проблему — сложнейший кризис 15 лет. Дело в том, что к этому возрасту у юного человека складывается возможность и готовность полноценно участвовать в жизни общества, а он продолжает оставаться в положении «маленького», отсутствуют условия для проявления социальной активности. Из-за этого происходит всплеск стрессов, конфликтов и даже самоубийств. В западных странах для преодоления данного противоречия разрабатываются специальные государственные программы, чаще всего связанные с безвозмездным или оплачиваемым трудом. Включение детей и подростков в ответственную коммуникативную деятельность и тем самым в социальное творчество также может помочь почувствовать свою значимость, обеспечить горизонтальный диалог поколений.

Огромное значение для саморазвития юного человека и детских социумов, моделирования реальной жизни, независимо от возраста, имеет игра как коммуникативное средство. Под игрой часто понимают состязания, хотя её природа иная. Она умирает, если целью становится определённый результат, награда. Особенность игры — ролевой характер и увлечённость участников самим процессом. Она основывается на желании человека прожить не одну, а множество жизней, примерить на себя общечеловеческий опыт. То есть, по своей сути, этот вид деятельности и общения выполняет моделирующие и прогностические функции, подготавливая юного человека к выполнению будущих ролей и действий. В игре все внутренние процессы даны во внешних действиях, поэтому она может выполнять и диагностическую функцию (выявление освоенных детьми отношений, установок, устремлений, качеств личности, совместимости, уровня коллективизма), и корректировать поведение, установки, служить элементом управления. Поскольку это свободная деятельность (у ребят нет проблем активности, кто будет командиром), то правила и нормы игры становятся внутренними правилами каждого добровольного участника. В детском возрасте она по своим масшта-

бам и значимости является моделированием жизни, школой морали и действий [7, с. 288].

Интересен в этом плане опыт организации молодых социалистов Западной Европы «Соколы» [133а]. В виде ролевых игр они критически осмысливают существующие капиталистические отношения (эксплуатация, безработица, положение женщин и молодёжи и др.), опробывают социалистические варианты решения социальных проблем.

Игра, которая стала жизнью — так можно назвать уникальное коммуникативное сообщество — детскую республику «Ювента» в летнем лагере Российского университета дружбы народов. Выборы президента и Кабинета министров, народная власть, своя валюта — всё это помогает организовать отношения в коллективе, стимулировать инициативу, творчество, усваивать с большим опережением прогрессивные демократические процессы в нашей стране и в мире.

Близко к игре по своей значимости и прогностическим функциям находится и искусство, особенно инсценировки в детском коллективе жизненных ситуаций из своего опыта или литературных произведений. Герои книг или реальных историй становятся образцами поведения.

Ещё один способ осмысления и корректировки жизненных проблем — опросы детского общественного мнения. В девяностые годы детская социологическая служба существовала при объединении ЮНПРЕСС и «Юношеской газете» (руководитель — доктор социологических наук Светлана Щеглова). В результате опросов были выявлены и стали достоянием государственных органов, общественности такие проблемы: недоедание детей, особенно в период нахождения в школе в течение 5–8 часов; применение физических наказаний и мер воздействия вплоть до 15–16-летнего возраста; раннее приобщение к алкоголю в 6–9 лет и др.

Дети способны включиться в информационные процессы и осваивать современные технологии в кратчайшие сроки. Недавно поразил рассказ 12-летних детей из маленького села Алтайского края, где нет надёжной телефонной связи: они выходят в Интернет через мобильный телефон. Опыт тренингов юных журналистов в различных регионах по проектам с ЮНЕСКО и ЮНИСЕФ показал, что дети способны освоить самые современные технические новшества и методы в течение двух-трёх дней. Спецификой всех тренингов были: умение самих ребят определять наиболее важные проблемы жизни юного поколения; практические навыки по созданию информационной продукции, которая способствовала бы выходу из труд-

ных жизненных ситуаций. Результатом тренингов стали специализированные полосы в «Юношеской газете» и местных изданиях, социальные ролики, телевизионные и радиопрограммы, фотофильмы, материалы на молодёжном мультимедиапортале WWW.UNPRESS.COM. В Санкт-Петербурге тренинг проходил на базе информационно-правового центра при городской детской библиотеке имени А.С. Пушкина. В нём приняли участие 40 человек, которые до этого не имели опыта работы в журналистике. В течение неполных двух дней они научились создавать информационный продукт по правам ребёнка в печатной и визуальной формах. Правда, рекорд по интенсивности информационного обучения принадлежит компании «Интел». Во время смены юных журналистов в ВДЦ «Орлёнок» в 2004 году им удалось дать основы по выпуску электронных газет и фильмов за два с половиной часа. Группы из тридцати человек делились на две редакции, в их распоряжении были самые современные компьютеры с дистанционной связью, видеокамеры. Создав за час свою продукцию, они затем демонстрировали её, обменивались опытом. В числе наиболее успешных участников тренинга были ребята из сельской местности, которые до этого не имели доступа к компьютерной технике.

Современная коммуникативная система общества позволяет включить подрастающее поколение в реальные социальные преобразования, обеспечить горизонтальный диалог поколений, но это не происходит автоматически. Необходимо создать условия для прямого участия самих детей, в том числе через самодеятельные массовые средства, в принятии решений, касающихся их настоящего и будущего. Очень важно создать коммуникационные каналы, помогающие обществу слышать голоса детей, выражать их мнения и интересы.

Этот процесс может происходить медленно, стихийно, что и началось в конце 1980-х. Его можно ускорить, выстроив каналы информации и коммуникации, которые позволят подрастающему поколению принимать участие в обсуждении жизни общества и влиять на неё, обогащаться самим и обогащать взрослых в этом диалоге.

### Литература

1. *Абраменкова В.В.* Социальная психология детства: развитие отношений ребёнка в детской субкультуре. Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2000.

2. *Гонне Ж.* Школьные и лицейские газеты. М.: ЮНПРЕСС, 2000.
3. *Мид М.* Культура и мир детства. М.: Наука, 1988.
4. Море в конце переулка. М.: Молодая гвардия, 1976.
5. *Цымбаленко С.Б., Шариков А.В., Щеглова С.Н.* Информационное пространство российского подростка в постсоветский период. М.: НИИ школьных технологий, 2006.
6. Чем крепче ветер. Свердловск: Средне-уральское книжное издательство, 1972.
7. *Эльконин Д.Б.* Психология игры. М.: Педагогика, 1978.
8. Юношеские субкультуры Урала. Сост., введение, аннотирован. библиогр. Ю.В. Шинкаренко. Екатеринбург: Союз юнкоров, 2005.