

РОЗДІЛ 4. ВИДАВНИЧА СПРАВА: ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ

І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

УДК 316.77

ДИТЯЧЕ АВТОРСТВО В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Віщук О.Ю.

Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ», м. Київ, Україна

У статті досліджено явище дитячого авторства в сучасних соціальних комунікаціях, визначені підстави для виділення авторів-дітей в особливу групу комунікантів. Розглянуто перешкоди на шляху дослідження дитячого авторства, які спричинили відсутність попередніх наукових розвідок соціальнокомунікаційного спрямування стосовно авторів-дітей.

Ключові слова: автор, комунікант, автор-дитина, дитячі видання.

Постановка проблеми. З переходом галузі видавничої справи та редагування до сфери наукового інтересу соціальнокомунікаційного напрямку звичні погляди на роботу редактора з авторами мають суттєво змінитися. Традиції теорії редагування розглядають, в основному, зв'язок елементів редактор-авторський текст, а не трикутника редактор – автор – авторський текст. При підготовці фахівців-редакторів значна увага приділяється текстовій складовій майбутнього видання, натомість інформацію про те, які існують психологічні типи авторів, яким чином потрібно підбирати автора для запланованого видання та як мінімізувати конфліктні ситуації під час спільної роботи над текстом залишаються, у кращому випадку, на самотійне опрацювання, у гіршому – не згадуються зовсім.

На нашу думку, не варто забувати, що основу книги або періодичного видання становлять саме автори, без яких навіть найкращий редактор лишився би без роботи. І розгляд редагування текстів як частини комунікаційного процесу дозволяє усвідомити значну роль автора не лише в створенні тексту, а й у подальшому його покращенні, яке відбувається вже за участі редактора. Комунікант, котрий у контексті видавничої справи та редагування найчастіше ототожнюється з автором, стоїть на першому місці навіть в елементарній схемі комунікаційного процесу [6, с. 24], відповідно, саме з нього починаються і текст, і твір, і сама комунікація, тож розуміння всіх особливостей комуніканта має стати обов'язковим для редактора. Тому якщо припустити, що кожен редактор має достатньо знань і вмінь, щоб налагодити ефективне спілкування з дорослим автором, і не потребує для цього спеціалізованої літератури або відповідних навчальних дисциплін, коли йдеться про тексти, написані дітьми, особа автора, її знання, світогляд і психологічні особливості настільки суттєво впливають

на сам текст і на процес його підготовки, що поверхневих, побутових знань про дітей редакторів буде недостатньо.

Мета дослідження: з'ясувати місце й роль авторів-дітей у системі сучасних соціальних комунікації, визначити причини низького рівня розробки теми дитячого авторства в науковому дискурсі.

Книжкові видання та преса для дорослих традиційно розподіляють за тематикою та читацьким призначенням, ставлячи на перше місце змістове наповнення. У виданнях для дітей розподіл відбувається в тому числі й за віком авторів і читачів – дошкільнят, молодших, середніх, старших школярів, що підтверджує важливість саме вікових особливостей як комуніканта, так і реципієнта таких видань. Таким чином, існує вагома підстава для виділення авторів-дітей із загального масиву авторів і для вивчення особливостей цієї групи учасників й ініціаторів комунікаційних процесів.

Традиційний аналіз соціальних і, зокрема, масових комунікацій розглядає всіх учасників комунікаційного процесу як дорослих осіб. Навіть при аналізі фільтрів, що впливають на цей процес, поміж властивостей комуніката не зазначають обмежень, пов'язаних із його віком. З точки зору узагальнення й систематизації знань про комунікацію такий підхід є цілком виправданим, оскільки більшість населення як України, так і світу в цілому [8] є грамотними та/або освіченими людьми. До того ж, цільовою аудиторією більшості мас-медіа також є дорослі особи. Проте в сучасному суспільстві вплив на дитячу аудиторію та можливість участі дітей у комунікаційному процесі як на боці реципієнта, так і на боці комуніканта, з одного боку, враховується на практиці, з іншого – ігнорується в теорії. Можна сказати, що дитину як учасника соціальних комунікацій найповніше вивчає дитяча психологія: не вживаючи терміну «соціальні комунікації», численні науковці аналізують особливості дитячого спілкування в різних ситуаціях, які й визначають особливості дитини як комуніканта й реципієнта. У якості тільки реципієнта дитину розглядають у рекламній комунікації [7; 9; 10] та в працях, присвячених ЗМІ для дітей [1; 4].

Але діти саме як комуніканти заслуговують на особливу увагу дослідників. У різному віці вони по-різному сприймають й оцінюють ту інформацію, яку вони бажають передати у своєму повідомленні. Автори молодшого та середнього шкільного віку можуть не усвідомлювати, що за допомогою газети чи книжкового видання вони спілкуються з широким колом людей і беруть участь вже не в міжособистісній, а майже¹

в масовій комунікації. Натомість, діти старшого шкільного віку, навпаки, часто переоцінюють комунікативні можливості шкільної чи районної газети, через яку вони прагнуть передати свої думки та позиції.

Участь у масовій комунікації накладає на автора певні обмеження: він повинен враховувати, по-перше, інтереси своєї аудиторії, почасти ставлячи їх вище за власні, по-друге, її здатність до сприйняття повідомлення (як зовнішньої – мовної сторони,

¹ Тиражі періодичних видань, створених дітьми, лише в окремих випадках переходять межу в 1000 примірників.

так і внутрішньої – тематичної). Але позиція авторів-дітей у масовокомунікаційній системі суттєво відрізняється від позиції дорослих авторів. З одного боку, за наявності вказівки на вік автора – у самій назві видання («Шкільна столиця», «Збірник дитячих творів»), у його позиціонуванні в медійному просторі (шкільні або молодіжні видання), безпосередньо в статті або книзі («Хоча мені ще тільки дев'ять років...» [2, с. 36]) чи в якості примітки поруч із прізвиськом автора (Горчинська Олександра, 16 років) – аудиторія змінює і частково знижує свої очікування стосовно тексту такого автора. Ніхто не очікує від школяра глибокого аналізу, ідеального стилю викладу та широкого словникового запасу, аудиторія готова пробачати такому авторові те, що він ставить на перше місце свої проблеми й інтереси. З іншого – діти, на відміну від дорослих, дуже часто потребують сторонньої допомоги при написанні текстів, призначених для широкого загалу, тож участь редактора в підготовці дитячих видань є значно глибшою, ніж у традиційному розумінні редагування.

Отже, діти беруть участь у соціальних комунікаціях, можуть виступати не лише реципієнтами, а й авторами повідомлень, вони суттєво відрізняються в цій ролі від дорослих авторів і потребують втручання й допомоги редактора. Чому ж досі цей аспект соціальної комунікації та редакторської роботи не висвітлено в науковій літературі?

Дитяче авторство протягом тривалого часу лишається поза увагою науковців з кількох причин. По-перше, відсоток книжкових і періодичних видань, створених дітьми – як за назвами, так і за тиражами – є поки надто малим, порівняно із масивом «дорослих» видань. Тож якщо науковець не працює із літературно обдарованими дітьми в шкільних і позашкільних гуртках й об'єднаннях, не має стосунку до шкільної та молодіжної преси або не цікавиться питанням дитячого авторства із суб'єктивних причин, він може просто не знати про існування такого явища у книговидавничій і мас-медійній практиці.

По-друге, значна кількість дитячих періодичних видань випускається силами шкільних і позашкільних освітніх закладів або окремих дитячих колективів, інколи без залучення фахівців чи просто дорослих осіб, без використання потужностей поліграфічних підприємств; видання розмножують за допомогою звичайної офісної техніки. Такі газети й журнали виходять без чіткої періодичності, наприклад, тільки перед святами, тоді, коли в організаторів з'являється фінансова можливість надрукувати хоча б 50-100 примірників видання або тоді, коли набирається достатня кількість дітей, які мають письменницький хист. Подібні дитячі видання не проходять державну реєстрацію та не відображаються в офіційній статистиці, відповідно – не мають документального підтвердження власного існування.

По-третє, у книговидавничій справі й в літературознавстві досі існує плутанина із визначенням текстів і творів, написаних саме дітьми: дослідники дитячої літератури вживають терміни «дитячі видання/література», «видання/література для дітей», «видання/література для юнацтва», «видання/література про дітей» як тотожні [3, с. 237], при цьому маючи на увазі дітей саме як цільову аудиторію такої літератури, а не як її творців. В окремих сучасних літературознавчих виданнях цілком доречно пропонується розрізняти літературу для дітей – як ту, що створена для дитячої

аудиторії, та дитячу літературу – як ту, яку створюють самі діти [5, с. 203, 409], проте допоки в книгарнях і каталогах видання для дітей будуть розміщені під грифом «дитяча література», не варто сподіватися на правильне розуміння цих термінів широким загалом. Ця невизначеність, з одного боку, свідчить про відсутність досліджень, присвячених літературі, створеній дітьми, з іншого – заважає проведенню таких досліджень, оскільки явище дитячого авторства виявляється прихованим у нетрях літературознавчої термінології.

По-четверте, дитячі видання й дитяче авторство не можна однозначно віднести до сфери інтересів певної наукової галузі: у педагогіці може розглядатися суто педагогічний ефект створення дитячих видань й участі школярів у їх підготовці, але власне редакційно-видавничий процес, пов'язаний зі створенням видання, не має стосунку до педагогіки; психологія (дитяча, обдарованості, авторства в цілому) вивчає, швидше, ті передумови, які спонукають дитину до написання текстів, але не цікавиться ані роботою редактора з молодими авторами, ані кінцевим результатом такої роботи; наука про масові комунікації ігнорує дитячі видання, оскільки більшість із них не можна назвати засобом **масової** комунікації, адже їхня аудиторія обмежується учнями конкретної школи, у кращому випадку – району, і лише окремі видання, що виходять на міський рівень відповідають усім вимогам до ЗМІ. Міждисциплінарність явища дитячого авторства також сповільнює дослідження цієї тематики.

По-п'яте, безпосереднє дослідження дитячого авторства містить у собі чимало перепон для науковця. У зв'язку з напівлегальністю дитячих видань, особливо періодичних, ознайомитися з пластом такої літератури в бібліотеках чи архівах неможливо – ці видання не потрапляють до подібних установ. Лише окремі книжки, створені дітьми, зберігаються в бібліотеках, проте виділити їх з-поміж масиву дорослої літератури досить складно. У каталогах не вказують вік автора, тож якщо назва книжки не дозволяє однозначно віднести її до літератури, створеної дітьми, як, наприклад, «Творчість юних», то традиційний пошук виявляється неефективним. Невеликі тиражі, відсутність якісного поліграфічного відтворення й виділених для роботи редакцій приміщень, вузькість читацької аудиторії – все це призводить до того, що віднайти хоча б один екземпляр шкільної газети чи збірника дитячих віршів досліднику надзвичайно складно, особливо, якщо йому потрібна підшивка всіх номерів, чи видання попередніх років. Тож ознайомитися принаймні з частиною масиву видань, створених дітьми, можна лише в центрах координації шкільної преси, які функціонують при міських освітянських структурах та палацах і будинках дитячої творчості; і в дитячих літературних гуртках, де можуть зберігатися публікації учасників у якості приватного архіву.

Висновки. Таким чином, ми переконалися в тому, що автори-діти є не просто учасниками соціальних комунікацій, а й дуже специфічною групою комунікаторів, особливості якої потребують ретельного вивчення саме з точки зору видавничої справи та редагування. Проте аналіз сучасного явища дитячого авторства свідчить про велику кількість перешкод для його дослідження: незначна частка дитячих видань у масиві літератури, створеної дорослими; нехтування офіційною реєстрацією таких видань і внесенням їх до видавничої статистики; термінологічна

невизначеність пласту літератури, створеної дітьми; міждисциплінарність такого дослідження та складнощі в пошуку матеріалів до нього. Ці труднощі, з одного боку, пояснюють відсутність подібних досліджень, з іншого – підкреслюють необхідність їхнього проведення.

Список літератури

1. Давидченко Т.С. Типологія видань української дитячої преси. Історико-типологічний аналіз (на прикладі журналу «Барвінок») / Т.С. Давидченко // Актуальні питання масової комунікації. – 2004. – Випуск 5. – С. 29-33.
2. Квіти мої діти: Збірник дитячих творів. – К.: Херох, 1995. – 60 с.
3. Кизилова В.В. Дитяча література: стан, проблеми, перспективи / В.В. Кизилова // Актуальні проблеми слов'янської філології. – 2009. – Вип. XX. – С. 237-241. – (Серія «Лінгвістика і літературознавство»).
4. Кочегарова О.В. Дитячі видання в медіапросторі України / О.В. Кочегарова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2008. – Т. 21 (60), № 1 – С. 61-64. – (Серія «Филология. Социальная коммуникация»).
5. Літературознавчий словник-довідник / Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ "Академія", 1997. – 752 с.
6. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. / В.В. Різун. – К.: ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.
7. Сороченко В. Детская реклама [Электронный ресурс] / В. Сороченко. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/recl15.htm>
8. Education Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nationmaster.com/graph/edu_lit_tot_pop-education-literacy-total-population
9. Guichard N. Les enfants et la publicité / N. Guichard // Réalités familiales. – 2006. – № 78. – P. 24.
10. Jacobson M. What Are We Feeding Our Kids /M. Jacobson, B. Maxwell. – New York: Worman Publishing, 1994. – 298 p.

Вищук О.Ю. Детское авторство в системе социальных коммуникаций // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.251-255.

В статье исследуется явление детского авторства в современных социальных коммуникациях, определяются причины для выделения авторов-детей в отдельную группу коммуникантов. Рассмотрены помехи на пути исследований детского авторства, которые повлияли на отсутствие предыдущих научных работ социальнокоммуникативного направления касательно авторов-детей.

Ключевые слова: автор, коммуникант, автор-ребенок, детские издания.

Vishchuk O.Ju. Children's authorship in the system of social communication // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.251-255.

This article examines the phenomenon of children's authorship in the modern social communications; the reasons for the selection of authors-children in a separate group of communicants are defined. The obstacles to research children's authorship, which influenced the lack of previous scientific work on authors-children, are considered.

Key words: author, communicants, author-child, children literature.

Поступила до редакції 06.07.2011 р.