

¹ Сіткар Віктор Ілліч, кандидат психологічних наук, доцент кафедри практичної психології Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль, Україна

Анотація. В статті наголошується, що сучасне суспільство є медіанасиченим. Зайнявши гармонійне місце в дитячій субкультурі, дитячі ЗМІ мають стати етапом соціалізації маленького читача і провідником у світ «дорослих» цінностей. Світ дітей співіснує в одному просторі зі світом дорослих, тому варто не забувати, що з вишньої кісточки не виросте апельсин, з неї виросте маленька вишенька... Тривалість дитинства перебуває в прямій залежності від рівня матеріальної і духовної культури суспільства. Це означає, що людина без суспільства залишається біологічною істотою, якимось «мауглі», якому притаманні виключно тваринні звички. Кожна дитина збагачує загальний простір дитячої субкультури особистісними здобутками, настановами, принципами, традиціями, які вона виносить із своєї сім'ї. Зауважимо, що культура дитинства двошарова. Один шар – культурні форми, які створюються дорослими для дитини. Інший – форми її власної діяльності. Творчість дорослих дозволяє дитині прилучитись до досягнень історії культури, і через процеси розпредмечування стати культурною людиною. Діти – не просто соціальна група, а цільова аудиторія періодичного видання, частина споживачів ЗМІ, тому особливості інформаційної поведінки дітей як споживачів ЗМІ зрештою визначають основні принципи політики редакції видання та її модель. Дитяче видання повинно відповідати морально-етичним нормам, оскільки під впливом читання формується ставлення дитини до своїх вчинків, здійснюється оцінка поведінки інших людей. Не забуваймо, що дитина не просто маленький дорослий, який менше знає або менше вміє, а істота, яка володіє якісно відмінною від дорослого психікою. В міру накопичення знань та навичок створюються передумови духовного зростання особистості. Проектуючи дитяче видання будь-якого формату потрібно враховувати не тільки соціально-демографічні характеристики аудиторії, значно важливіше виявити психологічні групи маленьких читачів. Дитяча журналістика повинна служити своєрідним фільтром на шляху до серця і розуму підростаючої людини, має створювати оптимальні умови для розвитку особистості дитини.

Ключові слова: субкультура, діти, медіа, масова культура.

Вступ. В сучасному суспільстві серйозно розширюється коло «споживачів» наукових знань про дітей. Якщо раніше ці знання були потрібні перш за все педагогам, то у зв'язку з новими реаліями таку потребу відчувають керівники багатьох дитячих об'єднань, працівники соціальних закладів, юристи, творці засобів масової комунікації тощо. На думку Д. Фельдштейна, дитинство – це особливий стан розвитку в суспільстві і узагальнений суб'єкт, який цілісно протистоїть

дорослому світу та взаємодіє з ним на рівні суб'єкт-суб'єктних стосунків [12].

Відомий петербурзький учений, філософ, професор М. Коган вказує на те, що культура дитинства двошарова. Один шар – культурні форми, які створюються дорослими для дитини. Інший – форми її власної діяльності. Творчість дорослих дозволяє дитині прилучитись до досягнень історії культури, і через процеси розпредмечування стати культурною людиною. Таким

чином, людина є не тільки творцем культури, але і її творінням. Розпредмечуючи людський зміст, який міститься в предметності культури, людина вбирає його в себе, засвоює і присвоює його, стаючи тією ж самою культурною, суспільною істотою [3, 179].

Вихідні передумови. Класична дитяча психологія визначає дитинство як період, який триває від моменту народження (немовлячий вік) до повної соціальної, а отже, психологічної зрілості, це період становлення особистості дитини, перетворення її в повноцінного члена людського суспільства [7, 57]. Професор Л. Обухова зазначає, що тривалість дитинства перебуває в прямій залежності від рівня матеріальної і духовної культури суспільства. Це означає, що людина без суспільства залишається біологічною істотою, якимось «мауглі», якому притаманні виключно тваринні звички.

Вік – це якась об'єктивна змінна. М. Анікіна зазначає, що в міру розвитку суспільства та ускладнення соціальних зв'язків і стосунків необхідність врахування своєрідності представників різних вікових категорій збільшується [1, 56-57]. Темпи суспільства зростають, а разом з цим зростає значення все більш коротких інтервалів життя. Особливо «дробовим» є початковий період від народження до 18 років.

«До п'яти років дитина – Бог, з п'яти до 15-ти – раб, а після 15-ти – друг». Так цікаво стверджує давня японська мудрість. Першу частину цього народного педагогічного постулату досить часто цитують деякі психологи, налаштовуючи батьків демократично ставитися до малюків. Але ось про другу, вельми дивну частину цієї мудрості, якимось не розповідають. Звичайно, в кожній культурі сформовані свої погляди на виховання дитини. Минуло не одна тисяча років, поки людство засвоїло, що кожна людина, якою б вона не була (а особливо маленька) є неповторною. Нарешті, люди прийняли закони, які стали оберігати наше багатство - дітей.

Для формування теоретичних уявлень про основні складові дитячого видання, необхідно вести мову не тільки про загальні межі групи, але і про внутрішню структуру дитячої аудиторії. Саме тому особливу актуальність набуває питання про **дитячу субкультуру**. Автор єдиного в світі університетського курсу з психології дитячої субкультури М. Осоріна у своїх наукових працях зазначає, що «світ дітей співіснує в одному просторі зі світом дорослих. Дорослі бувають сліпими стосовно до життя і культури дитячого співтовариства» [8, 78-81]. Ще не так давно, дитячу субкультуру і сам період дитинства, не брали до уваги в процесі становлення і розвитку дитини.

В. Сухомлинський підреслював, що «дитинство – найважливіший період людського життя, не підготовка до майбутнього життя, а справжнє, яскраве, самобутнє неповторне життя...» [11, 15]. Тому й книги, які з'явилися у педагогічній творчості та спадщині видатного вченого, було присвячено світові дитинства, про яке у педагога є особливо влучні слова: «А дитинство, дитячий світ – це світ особливий. Діти живуть своїми уявленнями про добро і зло, про честь і безчестя, про людську гідність; у них свої критерії краси, у них навіть своє вимірювання часу: в роки дитинства день здається роком, а рік – вічністю. Маючи доступ до казкового палацу, ім'я якому Дитинство, я завжди вважав за конче потрібне стати якоюсь мірою дитиною. Тільки за такої умови діти не дивитимуться на вас як на людину, що випадково проникла за ворота їхнього казкового світу, як на сторожа, що охороняє цей світ, сторожа, якому байдуже, що робиться там, у середині цього світу» [11, 8]. Отже, В. Сухомлинський добре розумів ту особливу роль, яку природа відводить дитинству – основоположному періоду людського життя, як ніхто бачив і прагнув допомогти зрозуміти іншим значущість дитинства, його універсальність та відмінність від життя дорослого.

Як стверджує Є. Рибінський: «Дитинство можна розглядати як постійно відновлювальну сукупність індивідів, які знаходяться на особливій стадії життєвого циклу від народження до повноліття, і одночасно – як динамічне соціальне явище, яке будується на особливих суспільних зв'язках і стосунках, спрямованість яких визначається поступовим розгортанням статусу дитини, як об'єкта виховання і одночасно, як суб'єкта суспільного життя» [13].

Як стверджує Л. Варяниця, дитяча субкультура з одного боку репрезентує й трансформує кожному новому поколінню дітей соціально-культурні здобутки нації та людства в цілому (фольклор, гумор, мову, естетичні та релігійні уявлення, моральні норми тощо), з іншого – у дитячій субкультурі відбивається все, що створюється самою спільнотою дітей у кожній конкретній історичній ситуації (мова, мода, іграшки, ігри, гумор, дитячий „правовий” кодекс тощо), тобто це осередок для розвитку особистості, її поле насичене всім необхідним для цього процесу. Кожна дитина збагачує загальний простір дитячої субкультури особистісними здобутками, настановами, принципами, традиціями, які вона виносить із своєї сім'ї [2, 11]. До цього хочеться додати, що кожна дитина особлива і у кожній – своє призначення. Тому нам потрібно довго пам'ятати, що з вишневої кісточки не виросте апельсин, з неї виросте маленька вишенька...

Сьогодні ми вже не можемо собі уявити відпочинок без засобів медіа та комунікаційних технологій. А в більшості випадків і не хочемо. Зростання ролі медіа потягнуло за собою підвищені вимоги до їх значущості в суспільному та політичному житті. О. Куценко звертає увагу на те, що сучасне суспільство є медіанасиченим. Нові засоби масової комунікації все більше завойовують підростаюче покоління – Інтернет, мобільна телефонія, комп'ютерні ігри, різні мультимедійні програми, стали невід'ємним фактором їх існування [4].

Комп'ютерні ігри мають безпосередній вплив на формування сучасної субкультури дитинства і тут необхідно відзначити ряд негативних моментів. Наші сучасні дівчатка та хлопчики, ті, для кого гра – життєва необхідність та умова для розвитку, насправді розучуються конструктивно гратись. Змінилась і сама якість, сама суть дитячої гри: вона стала індивідуалістичною, іноді агресивною. Особливо емоційно реагують на наявність в комп'ютерній грі хлопчики, вони із захватом переказують криваві сцени, перераховують зброю, її переваги і ціну. «Моя улюблена гра про черв'яків, - каже Петрусь, 7 років, - там потрібно черв'яків «мочити», щоб кров бризкала на всі сторони, за це життя дають!» Звичайно, нам є зрозумілою ідея про необхідність розрядки і виходу агресії в безпечному для соціуму напрямку, але дитина дошкільного віку ще досить часто плутає видумку з дійсністю, тим паче, що в повсякденній ігровій діяльності вона постійно перетворює предмети, які є поряд, в ті, які потрібні, а сама перетворюється в найрізноманітніших героїв. Виявилась перерваною багатомісцева неперервна ланка передавання ігрової традиції від одного дитячого покоління до іншого, яка не переривалась навіть під час війн, і це призвело до кризи ігрової культури. Так, на думку, відомого педагога В. Григор'єва – збирача, організатора та «реставратора» народної гри, грати стали не менше, а гірше: «...якість ігор стрімко падає. Все більше примітивних ігрових форм – пустощів, витівок, забав, які займають вже останні межі гри, і все частіше переходять в бешкетування і навіть хуліганство: забави з вогнем, вибухами, катуванням тварин, а то і людей, безглузді руйнування тощо. Потрібно спасіння і відродження традиційних народних ігор – генетичного фонду ігрової культури кожного народу» [14].

Сьогодні в сім'ях існують певні традиції з підбору таких ігор, як мозаїки, конструктори, настільні ігри та головоломки, дитячої художньої та енциклопедичної літератури, комп'ютерні ігри і все, що пов'язано з ними, - це новинки і подібних традицій не мають. Потрібен детальний відбір комп'ютерних ігор з точки зору їх етично-

сті і відповідності моральним нормам, які прийняті в суспільстві з метою гармонійного розвитку особистості дитини, залучення її до загальнолюдських культурних цінностей.

Вивчення ігор передбачає розгляд різних аспектів взаємодії цього виду діяльності з іншими і його вплив на формування особистості в певній етнічній спільності. Етнологи дитинства досліджують зв'язок ігор з розвитком інтелектуальних здібностей, з навчанням, із стереотипами поведінки, з характером фантазії та уяви. Значну увагу вони приділяють також впливу ігор, які характерні для тієї чи іншої культури, на освоєння культури в цілому. В грі діти оволодівають різними навичками, які мають етнічне походження. Це стосується форм спілкування з однолітками (стосунки діти-діти у всій різноманітності), оволодіння першими формами трудової діяльності. Саме в грі діти копіюють і відтворюють світ дорослих певної етнічної спільності..

Комп'ютерні ігри в сучасному суспільстві стали не тільки розвагою, але і носієм культури. Вони мало схожі на балетну сцену, галерейну стіну або сторінку з книги, проте точно так же фіксують сучасну мораль, етику, ілюзії, надії та уявлення про минуле і майбутнє більшості людей. Як і будь-який носій культури, одні можливості для самовираження вони створюють, інші обмежують. Сьогодні багато говорять про проникнення західної культури, але, на жаль, можна констатувати факти проникнення західного безкультур'я. Наприклад, в грі «Не скучні уроки» пропонується комп'ютерне розфарбування, в якому після виконання завдання дитиною виходить карикатурне зображення з надмірною вагою негра, з золотими зубами та з цигаркою в роті, що викликає, в найменшій мірі, незрозуміння з приводу запропонованого ігрового сюжету.

Проте потрібно зауважити, що існує багато якісних навчальних програм, як вітчизняних, так і зарубіжних виробників. Зокрема, декілька програм з навчання писати, мотивують дітей до написання оповідань, листів або привітань друзям, чим не тільки спонукають удосконалювати навички грамотності та правопису, але і розвивають уяву та художній смак, мовний етикет тощо.

Цікавими є для дітей імітаційні ігри, які точно відтворюють історичну, географічну або наукову обстановку, занурюючи в неї дітей і закликаючи їх бути в ролі дослідників, приймати рішення, долати перешкоди. В цьому випадку важко відділити власне гру від змісту предмета, що пробуджує у дітей інтерес до географії та пізнання світу. Проте потрібно пам'ятати, що справа не в самій грі або її ігровому результаті, а в тому, в які взаємостосунки і з ким вступає в ній дитина, які якості набуває, чому вчиться, що

пізнає, що відкриває в собі, як реабілітується, самовиражається, з якої точки зору пізнає навколишній світ, як відбувається соціалізація дитини.

Зауважимо, що діти – не просто соціальна група, а цільова аудиторія періодичного видання, частина споживачів ЗМІ, тому особливості інформаційної поведінки дітей як споживачів ЗМІ зрештою визначають основні принципи політики редакції видання та її модель. Ми впевнені, що дитячому виданню у більшій мірі, ніж будь-якому виданню «для дорослих» потрібно враховувати психологічні та соціальні характеристики «свого цільового віку», своєї аудиторної групи, для того, щоб здійснювати грамотну редакційну політику в цілому. Аудиторію друкованих ЗМІ в широкому розумінні описують як «сукупність читачів, які вступають в більш або менш тривалі контакти з газетою, які стають споживачами певної інформації, яка відповідає їх інтересам» [5, 79-80].

Ціль статті. Привернути увагу до такого загального явища як дитяча субкультура, а саме, проаналізувати її в аспекті проблем виховання громадянина в умовах інформаційного суспільства (комп'ютерні ігри, місцеві ЗМІ), та безпечної взаємодії дитини із сучасними медіа.

Виклад з дослідження. В контексті того, що дитяча субкультура, володіючи невичерпним потенціалом варіантів розвитку особистості, виконує одну з важливих функцій соціалізації, потрібно вести мову про дитячі видання як субкультурний феномен. Російський дослідник дитячої преси І. Руденко виділяє чотири типи видавництва для дошкільників, для молодших школярів, для підлітків, для старшокласників [9, 195]. Такий поділ забезпечує вікову спільність і близькість інтересів, тому і саме поняття «дитяча преса» передбачає уточнення для якого власне сегменту дитячої аудиторії призначено те чи інше видавництво. Виходячи з цього, очевидна сегментація ринку дитячих видавництв є закономірним наслідком необхідності задовільнити диференційовані інформаційні потреби дітей, враховуючи соціально-психологічні особливості різних дитячих груп та характер споживання інформації.

Як приклад зауважу, що з березня 2013 року у тернопільській газеті “20 хвилин” появилася нова рубрика – “Відомі люди очима дітей”. Задля експерименту кореспондентка відвідала дитячий садочок № 14 і показала малюкам фото політиків, високопосадовців і просто відомих тернополян. Невідомі обличчя викликали у дітей багато емоцій, дехто сміявся, а хтось, навпаки, ледь не заплакав.

Відповідь на питання, хто зображений на фото, малюки не знали, але, серйозно подумавши,

давали досить змістовні відповіді. Так, поступово, спілкування із дітьми переросло у веселу гру. Діти радо висловлювали свої думки і щиро вірили, що люди, яких вони щойно побачили на фото, дійсно є тими, за кого вони їх вважають. Вони мислили позитивно і говорили тільки те, що думали. А цікаву новину про те, що у світі є депутати і відомі люди, малюки чули, але як вони виглядають, не мають уявлення. Відтак поговоривши із дітьми віком від чотирьох до п'яти років, кореспондентка переконалась у тому, що дорослі і діти живуть на різних планетах. Цікаво, що ж каже малеча про наших високопосадовців?

Сергій Надал, міський голова Тернополя. *Олександр (5 р.):* - Цей дядько ремонтує крани. Він носить із собою велику сумку з інструментами. Вчора він приходив до нас додому.

Василь Деревляний, народний депутат. *Юлія (4 р.):* - Це лікар. Він живе у лікарні, ходить у білому і лікує людей. На шиї у нього висить слухавка, яку він пхає у вуха. А ще цей дядько робить уколи. Я його боюся.

Іван Стойко, народний депутат. *Остан (5 р.):* - Це дядько з вусами. Його показують по телевізору. Він сидить за великим столом і стукає по ньому молотком. А ще він свариться на людей.

Олексій Кайда, народний депутат. *Іван (4,5 р.):* - Цього дядька показували у мультику. Він перетворився на велетня і хотів з'їсти принцесу.

Ярослав Джоджик, экс-народний депутат. *Софія (4,5 р.):* - Це художник. Він малює фарбами метеликів, сердечка і квіти. Коли гарна погода, він виходить на вулицю гуляти. *Олег (5 р.):* - Цей дядько міліціонер. Він стоїть на дорозі, там, де їздять машини і зупиняє людей, які не вміють їхати.

Гриць Драпак, гуморист. *Мар'яна (5 р.):* - Це повар, він рано встає і варить їсти. Він має білий капелюх і багато тарілок, в які він наливає суп. *Андрій (5 р.):* - Цей дядько їздить на маршрутці і збирає гроші з людей. Якщо хтось не хоче платити, то він сварить і каже виходити.

Очевидним є те, що дитяча газета повинна бути орієнтована на інтереси дітей, «дитячий» тип читача (6-8 років) передбачає досить широкі можливості розуміння тексту і порівняно нечисленний словниковий запас. Останнє ставить в якості важливого завдання розширення та збагачення лексики дітей. При цьому включення нових слів та понять має бути пов'язане з тими предметами та явищами, які оточують дітей і можуть бути зрозумілими ними в процесі безпосереднього ознайомлення із світом. Психологи позначають цей період як «пора первинного накопичення знань». У цьому віці дитину цікавить походження тварин, рослин, об'єктів та подій, з

якими вони зустрічаються в повсякденному житті, будова різних предметів. Саме тепер вони можуть ставити запитання, відповіді на які дозволяють зрозуміти, навіщо і чому відбуваються різні процеси. Але маленький читач не тільки намагається зрозуміти це – у нього виникає бажання оцінити, добре чи погано, правильно чи не правильно те, що він бачить навколо – так починає формуватись духовний світ з системою оцінних критеріїв особистості.

В 9-11 років відбувається накопичення духовних і фізичних сил, в цей період розвивається пізнавальна і громадська активність, появляється інтерес до історії, читач почувається не стороннім спостерігачем, а безпосереднім учасником всього, що відбувається. В 12-13 років розвивається самосвідомість, прагнення до самооцінки, до визначення свого місця в світі, власній значущості; дійсність вже не просто зовнішнє життя, за якою можна спостерігати, це сцена, на якій необхідно діяти самому, звідси інтерес до моральних питань, роздуми про любов, дружбу, щастя, інтерес до діяльності конкретних історичних осіб – тих, хто розвивав науку, здійснював подвиги. У підлітків 15 років спостерігається зростання соціальної, громадянської активності, прагнення до пошуку морального ідеалу. Поступово людина із спостерігача за навколишнім життям виростає в активного її учасника, намагається оцінити все, що відбувається навколо, переносячи інтерес із зовнішнього на інтерес до самого себе, до своїх можливостей і завдань.

Підлітковий вік – якісно новий етап у становленні особистості. В психологічному плані це пов'язано із свідомим проявом власної індивідуальності: самостійне мислення, майбутній вибір професії, роздуми про майбутнє, визначення ролі окремої особистості, значущість кожної людини в світі, який відкривається перед нею. У віці від 16 до 18 років завершується психічне і фізичне дозрівання особистості, формується соціальна готовність, громадянська активність; можна сказати, що саме в цей період розвиваються бар'єри між дитячим (юнацьким) і дорослим віком. Тепер читання преси стає одним із способів формування бази знань, яка розвивається в інформаційну культуру особистості, в цей же період проявляються нахили до тієї чи іншої сфери діяльності, і це також визначає особливості читацького вибору.

Дитяча та юнацька преса в умовах розвитку ринкових відносин прагне найбільш повно висвітлювати проблеми реального життя дітей і підлітків, намагається завоювати популярність у своїй аудиторії. Кожен період дитинства відрізняється особливим, провідним типом діяльності, рівнем розвитку мислення, інтелекту. Саме тому група ЗМІ, яка адресована юним, є досить обширною (проте далеко не оптимальною). Але, все ж таки, всі ці вікові періоди визначаються одним поняттям – діти, а преса для такої соціально-демографічної групи – дитяча преса. Орієнтування на конкретну вікову категорію читачів визначає головні аспекти редакційної політики – розвиток і виховання свого читача. Дитяче видання повинно відповідати морально-етичним нормам, оскільки під впливом читання формується ставлення дитини до своїх вчинків, здійснюється оцінка поведінки інших людей.

Висновки. З точки зору дослідницьких парадигм в рамках вікової психології і соціології дитинства – період пізнання людиною навколишнього світу, період становлення її особистості, системи ціннісних орієнтацій, які визначають місце людини в природі та в суспільстві. Дитина не просто маленький дорослий, який менше знає або менше вміє, а істота, яка володіє якісно відмінною від дорослого психікою. В міру накопичення знань та навичок створюються передумови духовного зростання особистості. Проектуючи дитяче видання будь-якого формату потрібно враховувати не тільки соціально-демографічні характеристики аудиторії, значно важливіше виявити психологічні групи маленьких читачів. Дитяча журналістика має служити своєрідним фільтром на шляху до серця і розуму підростаючої людини, створювати оптимальні умови для розвитку особистості дитини. Зайнявши гармонійне місце в дитячій субкультурі, дитячі ЗМІ мають стати етапом соціалізації маленького читача і провідником у світ «дорослих» цінностей.

Перспективи подальших розвідок дитячої субкультури та її складових вбачаємо у тому, чому такий дивний продукт телеіндустрії як Телепузики, який не витримує жодної критики ні з художньої, ні з виховної, ні з пізнавальної точок зору, завоював настільки широку популярність в нашій країні, де існують сильні традиції відмінної дитячої літератури, мультиплікації і взагалі мистецтва для дітей?

ЛІТЕРАТУРА

1. Аникина М.Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / М.Е. Аникина. – М., 2004.
2. Варяниця Л.О. Дитяча субкультура як фактор соціалізації молодшого школяра в навчально-виховному процесі: Дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / Л.О. Варяниця; Луганський нац. пед. університет імені Тараса Шевченка. – Луганськ, 2006.
3. Исаев Д.Н., Коган В.Е. Психогигиена пола у детей (руководство для врачей) / Д.Н. Исаев, В.Е. Коган. – Л., Медицина, 1986. – 336 с.

4. Дети и современные медиа, или как опасного конкурента сделать союзником [электронный ресурс] / Куценко Олена Вильснівна, Асоціація кіноосвіти і медіапедагогіки України http://ispp.org.ua/podiy_37.htm.
5. Луков В.А. Особенности молодежных субкультур в России /А.В. Луков// Социс. – 2002. – № 10.
6. Ливингстон С. Дети и медиа. [WWW-документ] URL <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/livingstone01.htm>.
7. Обухова Л.Ф. Возрастная психология / Л.Ф. Обухова. – М., Юрайт, 2011. - 442 с.
8. Осорина М.В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых /М.В. Осорина. – СПб., 2000.
9. Руденко И.А. Детская и юношеская пресса / И.А. Руденко // Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина и Л.Л. Реснянской. – М., 2007.
10. Смирнова Е.О., Бикова М.В. Телепузик як герой нашого часу. <http://www.fpo.ru/>.
11. Сухомлинський В.О. Вибрані твори: в 5-ти т. – Т.3 // В.О. Сухомлинський. – К. Рад. школа. – 670 с.
12. Фельдштейн Д.И. Детство как социально-психологический феномен и особое состояние развития / Д.И. Фельдштейн // Вопросы психологии. – 1998. - №1. – С 7–14.
13. Щеглова С.Н. Как изучать детство? [электронный ресурс] / С.Н. Щеглова <http://rudocs.xdat.com/docs/index-293557.html?page=2>.
14. http://ref.co.ua/54429-Igry_nashih_deteiy.html.

Sitkar V. Childhood subculture in the context of modern mass culture and interact with media

Annotation. The article deals with the modern media-saturated society. Having taken a harmonious place in the child's subculture, children's media have to be the stage of socialization of a little reader and a guide in the world of adults' values. Children's world coexists in the same area with the adults' world, so we shouldn't forget that every bullet has its billet. Endurance of childhood directly depends on the level of material and spiritual culture of society. This means that a person without society is a biological being, a kind of "Mowgli", which is peculiar to animal habits. Every child enriches the overall space of children's subculture with personal achievements, guidelines, principles and traditions that he/she brings from his/her family. We should make a note that the culture of childhood has two layers. One layer is cultural forms that are created by adults for children. The other one is forms of her/his own activities. The creativity of adult allows a child to join to the achievement of cultural history, and through the processes of "rozpredmechuvannya" she/he becomes a cultural person. Children are not just a social group, but a primary audience of periodical issue, some media consumers, that's why the informational peculiarities of children's behavior as media consumers, ultimately determine the basic strategy principles of edition and its model. The child's edition must satisfy moral and ethical standards, cause under the influence of reading the relationship of a child to his/her actions is formed and the behavior evaluation of others is implemented. Let us not forget that a child is not just a small adult who knows less or can less, but a being that has qualitatively different psyche than an adult. With the accumulation of knowledge and skills, the prerequisites of spiritual growth of the individual are created. Designing the children's publishing of any format we need to consider not only the socio-demographic characteristics of the audience but the most important to identify the psychological groups of small readers. Children's journalism should serve as a filter on the way to the heart and mind of the rising generation; it must create the optimal conditions for the development of a child.

Keywords: subculture, children, media, mass culture

Ситкар В. Субкультура детства в контексте современной массовой культуры и взаимодействия с медиа

Аннотация. В статье указывается, что современное общество сегодня медианасыщено. Заняв гармоничное место в детской субкультуре, детские СМИ должны стать этапом социализации маленького читателя и проводником в мир «взрослых» ценностей. Мир детей сосуществует в едином пространстве с миром взрослых, поэтому следует помнить, что с вишневой косточки не вырастет апельсин, с нее вырастет маленькая вишенка... Длительность детства пребывает в прямой зависимости от уровня материальной и духовной культуры общества. Это значит, что человек без общества остается биологическим существом, неким «маугли», которому присущи исключительно звериные привычки. Каждый ребенок приумножает общее пространство детской субкультуры личностными приобретениями, наставлениями, принципами, традициями, которые он выносит со своей семьи. Отметим, что культура детства двухслойна. Один слой – культурные формы, которые создаются взрослыми для ребенка. Второй – формы его личной деятельности. Творчество взрослых дает возможность ребенку приобщиться к достижениям истории культуры и через процессы распредмечивания стать культурным человеком. Дети – не просто социальная группа, а целевая аудитория периодического издания, часть потребителей СМИ, поэтому особенности информационного поведения детей, как потребителей СМИ, в конечном счете, определяют основные принципы политики редакции издательства и ее модель. Детское издание должно отвечать морально-этическим нормам, потому что под влиянием чтения формируется отношение ребенка к своим поступкам, совершается оценка поведения других людей. Следует помнить, что ребенок не просто маленький взрослый, который меньше знает или умеет, а существо, которое владеет качественно иной от взрослого психикой. По мере накопления знаний и навыков создаются предпосылки душевного роста личности. Проектируя детское издательство любого формата нужно учитывать не только социально-демографические характеристики аудитории, более важно выявить психологические группы маленьких читателей. Детская журналистика должна служить своеобразным фильтром на пути к сердцу и разуму подрастающего человека, должна создавать оптимальные условия для развития личности ребенка.

Ключевые слова: субкультура , дети, медиа, массовая культура