

УДК 007:304:659.3

О. І. Обласова, кандидат історичних наук, доцент, Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара, м. Дніпропетровськ

ШКІЛЬНА ПРЕСА ЯК КОРПОРАТИВНЕ ЗМІ

Розглядаються специфічні психологічні особливості підлітків у контексті читачьких зацікавлень. Аналізуються різновиди журналів для підліткової аудиторії: пізнавальні (енциклопедичні, ігрові); розважальні (журнали кросвордів, коміксів); навчальні (релігійні, освітні, освітньо-ігрові); художні (літературні, мистецькі); наукові (науково-технічні, науково-художні). Визначено, що найголовнішою особливістю шкільної преси є функціонування за принципом «діти для дітей», що дозволяє стежити за життям сучасного підлітка.

Ключові слова: підліткова читачька аудиторія, шкільна преса, корпоративна преса.

О. И. Обласова, кандидат исторических наук, доцент, Днепропетровский национальный университет имени О. Гончара, г. Днепропетровск

ШКОЛЬНАЯ ПРЕССА КАК КОРПОРАТИВНОЕ СМИ

Рассматриваются специфические психологические особенности подростков в контексте читательских интересов. Анализируются разновидности журналов для подростковой аудитории: познавательные (энциклопедические, игровые); развлекательные (журнал кроссвордов, комиксов); обучающие (религиозные, образовательные, образовательно-игровые); художественные (литературные, искусствоведческие); научные (научно-технические, научно-художественные). Определено, что самой главной особенностью школьной прессы является ее функционирование по принципу «дети для детей», что позволяет следить за жизнью современного подростка.

Ключевые слова: подростковая читательская аудитория, школьная преса, корпоративная преса.

O. I. Oblasova, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipropetrovsk

SCHOOL PRESS AS A CORPORATE MASS MEDIUM

The specific psychological characteristics of adolescents in the context of their readers' interests are considered. Variety of magazines for teenage audience: cognitive (encyclopedic, game); entertaining (a crossword puzzles magazine, comics); training (religious, educational, educational games); art (literature, art); research (scientific and technical, scientific and artistic) are analyzed. It has been determined that the most important feature of school press is its functioning on the principle of "children for children", which enables to observe the life of a modern teenager.

Key words: adolescent readership, school newspapers, corporate press.

Постановка проблеми. Шкільний вік — особливий етап розвитку людини, пов'язаний з активними змінами на всіх рівнях: фізичному, психологічному, соціальному. У цей час дитина за допомогою різноманітних засобів налагоджує стосунки з навколишнім світом, зокре-

ма за допомогою друкованих ЗМІ. Тому особливої уваги потребують видання, що створюються для школярів, адже вони певною мірою формують картину світу у свідомості дитини, впливають на становлення особистості. Крім того, зазначимо, що нині чисельність школярів в Україні є значною. Зважаючи на все це, можна говорити, що необхідне всестороннє дослідження цього сегмента преси. Особливо актуальним є питання аналізу видань для підлітків, адже в Україні періодика для цієї вікової групи вивчена недостатньо.

Зауважимо, що наукової розробки потребують не тільки питання типології та тематичного наповнення комерційних видань для школярів, а й видань, що створюються безпосередньо самими дітьми для своїх однолітків, таких, які можна об'єднати поняттям «шкільна періодика», що й визначає **актуальність** цієї статті.

Останні дослідження та публікації. Проблеми дитячої комунікації та, зокрема друковані видання для школярів, ставали об'єктом розгляду багатьох науковців. Серед вітчизняних дослідників цієї сфери можна назвати А. О. Бессараб [3], Т. С. Давидченко [6–12], Н. О. Кіт [15], О. В. Кочегарову [17], Е. І. Огар [18], О. Г. Прокопчук [19], Н. Н. Сидоренко [20], проте системних досліджень періодики, що створюється самими школярами, поки що не здійснено.

Мета статті — дослідити тематико-типологічні особливості видань для школярів (на прикладі шкільної періодики). Відповідно, її **завданнями** є: подати типологію підліткових журналів, визначити особливості шкільної преси як різновиду корпоративного медіа, проаналізувати особливості роботи учнів під час створення шкільного видання. **Об'єктом** — шкільні періодичні видання, **предметом** — тематико-типологічні особливості видань для школярів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дитяча періодика завжди була і є одним з основних комунікативних каналів, за допомогою якого до дитини надходить інформація різних змісту та форми [21, с. 21]. Згідно з даними соціологічного опитування «Підліток в інформаційному світі», науковці подали таку ієрархію інформаційних запитів дітей: про друзів та знайомих; школу; життя на Землі; музику; змагання; комп'ютерні ігри; свою сім'ю; майбутнє; тварин; моду; здоров'я; батьків; економіку та політику; популярних артистів кіно й естради [22, с. 31]. Це саме дослідження засвідчило, що підлітків значно більше цікавить сучасність (85%), ніж події минулого (1%) та майбутнього (8%) [22, с. 27].

Вітчизняні дослідження надали такі результати. Більшість опитаних підлітків зазначила, що їх цікавлять новини та стосунки між людьми [6, с. 88]. Крім того, з початком підліткового віку хлопчиків

і дівчат значно більше цікавить тема спорту й здоров'я, але не лише спортивні новини, а й відомості про нові спортивні змагання для дітей, відкриття спортивних шкіл, гуртків тощо. Окрім того, діти середнього шкільного віку прагнуть дізнаватися більше про техніку. Водночас Т. С. Давидченко відзначає низький інтерес до художніх творів на сторінках видань: на думку дітей, вони є доречними тільки в разі долучення до концепції певного номера [6, с. 89]. Однак значний інтерес діти виявляють до політичного життя країни й економіки, щоправда, тільки хлопці. Популярні в дітей і пізнавальна інформація різного спрямування, музика і все, що пов'язано зі шкільним життям. Важливо відзначити ще одну особливість інформаційних очікувань підлітків, порівняно з дітьми на ранніх етапах розвитку, — це розподіл зацікавлень дітей відповідно до статі.

Отже, можна говорити про різноаспектність дитячих інтересів, що мають задовольнятися різними за типами виданнями. А. І. Акопов визначив вивчення типологічної природи видань як головний напрям дослідження періодики [1, с. 3]. Згідно з А. І. Акоповим та Т. С. Давидченко, журнали для підлітків можна поділити на: пізнавальні (енциклопедичні, ігрові), розважальні (журнали кросвордів, коміксів), навчальні (релігійні, освітні, освітньо-ігрові), художні (літературні, мистецькі), наукові (науково-технічні, науково-художні) [9, с. 25].

Перша і найголовніша особливість шкільної преси — це те, що в ній визначальним є принцип *«діти для дітей»*. Саме це дозволяє шкільним газетам та журналам стежити за життям сучасного підлітка. Тому шкільна періодика порушує теми, які зацікавлять дітей певного віку. Те, що редакція знає свого читача «в обличчя», причому і в буквальному розумінні, характерно для всіх шкільних видань. Близькість із читацькою аудиторією сприяє встановленню двосторонньої комунікації, певного діалогу. Комунікація відбувається не тільки як «читач-редакція», шкільне видання може відігравати роль посередника між учнями та вчителями, учнями і керівництвом школи, а в разі необхідності — і між школярами й іншими установами й організаціями.

В американській пресі XIX ст. йшлося про те, що людина прагне читати передусім про саму себе. І в цьому аспекті знову важливою є шкільна періодика: читач уже не має шукати подібності між собою та героєм публікації, оскільки може сам ним стати, для цього достатньо повернути до себе увагу редакції. Окрім того, шкільна періодика застосовує на особливу увагу, оскільки за своїми завданнями подібна до корпоративної преси, адже шкільні видання передбачають обме-

жену аудиторію, що основана на належності її представників до однієї організації.

Розглядаючи дитячі шкільні газети та журнали як елементи корпоративної періодики, можна визначити їх можливості, зокрема підтримувати опосередковану комунікацію з іншими навчальними закладами, представниками держави в галузі освіти та ін. за допомогою періодичних шкільних видань. Шкільне періодичне видання є ефективним засобом виховання багатьох особистих якостей. Зокрема, Л. В. Ільїна наголошує саме на культивуванні вольових якостей: наполегливість, уміння доводити будь-яку справу до кінця, акуратність та ін. [14]. Крім того, дослідники акцентують на значенні участі у створенні шкільного видання для розвитку відповідальності передусім за достовірність і об'єктивність інформації, викладеної в статті. Крім того, відповідальність — одна зі складових порядності, моральності [16, с. 167].

Дітям, котрі беруть участь у роботі редколегії, надаються профорієнтаційні можливості в межах шкільного видання: ознайомлення з професією журналіста, набуття необхідних практичних навичок у цій сфері, розширення знань в інших галузях. Г. І. Варганов саме набуття практичного досвіду роботи в ЗМІ визначає як один з найважливіших компонентів, що сприяє професіоналізації журналіста [4, с. 12].

Особливістю шкільних видань є невідривність процесу створення видання від навчання. Тут діє принцип «граючи, навчаюся»: робота над шкільною пресою є певною мірою грою, що імітує створення справжньої, дорослої періодики. І така ігрова форма дозволяє поглибити знання з граматики, орфографії, стилістики, інформатики й інших наук.

Робота над шкільним виданням розпочинається з ідеї, як учнів, так і вчителів або керівника гуртка журналістів. Наступним етапом є формування команди, яка здійснюватиме підготовку матеріалів до друку. Думки щодо кількості її учасників у дослідників різні. Ж. Гонне вважає, що для підготовки видання до друку достатньо 5–6 осіб [5, с. 180]. Я. Корчак стверджує, що залучаючи не всіх учнів, а нечисленну групу, молоді редактори помиляються — до редколегії має входити приблизно половина дітей класу [16, с. 166]. На нашу думку, кількість учасників редакції має варіюватися відповідно до періодичності й обсягу шкільного друкованого органу, адже різні типи видань передбачають неоднакове навантаження на членів редколегії. Формуючи основний склад редакції, потрібно пам'ятати, що координувати роботу великого колективу достатньо складно, і це

підвищує ризик виникнення проблем у роботі редакції на різних етапах. Тому необхідно піклуватися про створення надійної команди, що виконуватиме основний обсяг роботи зі створення газети чи журналу, інших зацікавлених учнів редакція має регулярно долучати до створення окремих матеріалів. Зауважимо, що однією зі складових успіху шкільного видання є саме висвітлення думок якомога більшої кількості учнів, отже, редколегія не має перешкоджати розширенню своєї кореспондентської бази.

Слід пам'ятати про **принципи роботи в редакції**, що є спільними для будь-якого виду позакласної діяльності, а саме: добровільності; особистісного орієнтування (передбачає врахування індивідуальних особливостей кожного учня); системності [2, с. 8].

Немає також однозначної відповіді на те, чи мають вчителі брати участь у підготовці шкільного видання. На думку Я. Корчака, участь учителя є бажаною, але не обов'язковою. Педагогові дослідник відводить роль коректора або журналіста, що пише передові статті [16, с. 176]. Ми погоджуємося, що участь учителя є доречною, особливо в ролі коректора, зважаючи на недостатній рівень грамотності школярів. Крім того, педагоги завжди повинні мати доступ до видання, щоб опублікувати певний матеріал, але концепція шкільної газети чи журналу, її тематичне наповнення мають визначати школярі, втручання педагогів у цей процес не завжди доречне.

Що стосується організації роботи редакції, важливо призначити головного редактора, людину, котра готова взяти відповідальність за кінцевий вигляд видання, роботу всіх учасників видавничого процесу та зв'язки з педагогічним складом і керівництвом школи. Утім, обов'язки та відповідальність необхідно закріпити за всіма членами редколегії, щоб уникнути хаосу під час підготовки матеріалів до друку. Сформувавши штат редакції, ініціативна група має розробити і затвердити концепцію майбутнього видання та розпочати його підготовку, напрацювання бази матеріалів для наступних випусків. Надалі редакція має здійснювати планування випусків, що виходитимуть друком протягом найближчих місяця, півріччя, року.

Висновки. Дослідивши шкільну періодику, можна стверджувати: найголовнішою особливістю шкільної преси є те, що вона функціонує за принципом «діти для дітей», редакція знає свого читача «в обличчя», що вможливує встановлення двосторонньої комунікації, певного діалогу. За своїми завданнями шкільна преса подібна до корпоративної, адже передбачена для обмеженої аудиторії, яка належить до однієї організації. Така комунікація дозволяє сформувати позитивний імідж навчального закладу, підтримати корпоративний

дух. Під час підготовки шкільного видання діє принцип «граючи, навчаюся», адже ця робота є певною грою у видання дорослої періодики. Таким чином, дослідження шкільної преси, розробка і створення шкільних видань є важливими для вітчизняних журналістикознавців, редакторів, фахівців зі зв'язків з громадськістю. Подальшого розгляду потребують питання типологічних особливостей означеного виду преси, вікова специфіка читацької аудиторії, жанри представлених матеріалів, архітектонічні особливості шкільних видань та їх роль як засобу PR-комунікації.

Список використаних джерел

1. Акопов А. И. Методика исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) / А. И. Акопов. — Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985. — 96 с.
2. Базильчук Л. В. Проблема організації позакласної роботи в загальноосвітній школі / Л. В. Базильчук // Вісн. Черкаськ. ун-ту. Сер. Педагогічні науки. — 2008. — Вип. 129. — С. 6–10.
3. Бессараб А. О. Зміст і форма сучасного дитячого журналу / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. — 2008. — № 3. — С. 103–108.
4. Вартанов Г. І. Журналістами не народжуються: роздуми з приводу підготовки кадрів для вітчизняних засобів масової комунікації / Г. І. Вартанов // Журналіст України. — 1998. — №9–10. — С. 10–12.
5. Гонне Ж. Как издавать газету: практические советы / Ж. Гонне ; пер. с фр. А. В. Шарикова и Г. В. Шариковой // Школьные и лицейские газеты. — М. : ЮНИПРЕСС, 2000. — С. 179–189.
6. Давидченко Т. С. Аудиторія дитячої преси: вивчення потреб та зацікавлень дитини / Т. С. Давидченко // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. — 2009. — Т. 35. — С. 87–92.
7. Давидченко Т. С. Основні теоретичні підходи до вивчення типології періодичних видань для дітей / Т. С. Давидченко // Інформаційне суспільство. — 2007. — Вип. 6. — С. 24–27.
8. Давидченко Т. С. Сучасна преса для дітей в Україні: переваги та недоліки / Т. С. Давидченко // Зб. праць наук.-дослід. центру періодики. — 2008. — Вип. 16. — С. 123–134.
9. Давидченко Т. С. Типологічна класифікація дитячих періодичних видань в Україні / Т. С. Давидченко // Інформаційне суспільство. — 2007. — Вип. 6. — С. 24–27.
10. Давидченко Т. С. Типологія видань української дитячої преси. Історико-типологічний аналіз (на прикладі журналу «Барвінок») / Т. С. Давидченко // Актуальні питання масової комунікації. — 2004. — Вип. 5. — С. 29–33.
11. Давидченко Т. С. Типологічні характеристики української дитячої преси та теоретичні аспекти її функціонування / Т. С. Давидченко // Вісник Дніпропетровського університету. — 2006. — № 1. — С. 358–362.
12. Давидченко Т. С. Типоформуючі ознаки сучасних українських журналів і газет для дітей / Т. С. Давидченко // Вісник Луганського нац. пед. ун-ту. Філологічні науки. — 2008. — Частина II. — № 3 (142). — С. 16–25.
13. Дяченко Т. О. Роль корпоративної преси у формуванні та розвитку організаційної культури / Т. О. Дяченко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. — 2010. — Вип. 27. — С. 71–75.

14. Ильина Л. В. Школьная пресса как средство воспитания и развития [Электронный ресурс] / Л. В. Ильина. — Режим доступа: http://school3.sebastopol.ua/?page_id=488. — Загл. с экрана.
15. Кіт Н. О. Створення психологічного портрета читача як визначальний етап розробки концепції нового журналу для дітей / Н. О. Кіт // Зб. праць наук.-дослід. центру періодики. — Львів, 2003. — Вип. 11. — С. 563–572.
16. Корчак Я. О школьной газете / Я. Корчак ; пер. с пол. К. Э. Сенкевич // Избр. пед. произвед. — М. : Просвещение, 1966. — С. 148–180.
17. Кочегарова О. В. Дитячі видання в медіа просторі України / О. В. Кочегарова // Ученые записки Таврич. нац. ун-та. Сер. Филология. Социальная коммуникация. — 2008. — Т. 21(60). — С. 60–64.
18. Огар Е. І. Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Е. І. Огар. — Львів : Аз-Арт, 2002. — 160 с.
19. Прокопчук О. Г. Сучасна періодика для дітей: яка вона? / О. Прокопчук // Народна газета. — 2005. — № 45. — С. 4.
20. Сидоренко Н. Н. Издания для детей и подростков на Украине / Н. Н. Сидоренко // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века: Тезисы науч.-практ. конф. — М., 2002. — Ч. 2. — С. 16–18.
21. Стадницька Ю. В. Дитяча публіцистика як об'єкт дослідження / Ю. В. Стадницька // Вісн. СумДУ. — 2006. — №3(87). — С. 20–24.
22. Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования / С. Б. Цымбаленко. — М. : НИИ школьных технологий, 2010. — 256 с.

References

1. Akopov A. I. Metodika issledovaniya periodicheskikh izdaniy (na primere spetsialnykh zhurnalov) / A. I. Akopov. — Irkutsk : Izd-vo Irkutskogo un-ta, 1985. — 96 s.
2. Bazylchuk L. V. Problema orhanizatsii pozaklasnoi roboty v zahalnoosvitnii shkoli / L. V. Bazylchuk // Visn. Cherkask. un-tu. Ser. Pedahohichni nauky. — 2008. — Vyp. 129. — S. 6–10.
3. Bessarab A. O. Zmist i forma suchasnogo dytiachoho zhurnalu / A. O. Bessarab // Derzhava ta rehiony. Seriya: Humanitarni nauky. — 2008. — № 3. — S. 103–108.
4. Vartanov H. I. Zhurnalistamy ne narodzhuiutsia: rozdumy z pryvodu pidhotovky kadriv dlia vitchyznianskykh zasobiv masovoi komunikatsii / H. I. Vartanov // Zhurnalist Ukrainy. — 1998. — №9–10. — S. 10–12.
5. Gonne Zh. Kak izdavati gazetuy: prakticheskiye soveti / Zh. Gonne ; per. s fr. A. V. Sharikova i G. V. Sharikovoy // Shkolnyye i litseyskiye gazety. — M. : YuNIPRESS, 2000. — S. 179–189.
6. Davydchenko T. S. Audytorii dytiachoi presy: vyvchennia potreb ta zatsikavlen dytyny / T. S. Davydchenko // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky : nauk. zb. — 2009. — T. 35. — S. 87–92.
7. Davydchenko T. S. Osnovni teoretychni pidkhody do vyvchennia typolohii periodychnykh vydan dlia ditei / T. S. Davydchenko // Informatsiine suspilstvo. — 2007. — Vyp. 6. — S. 24–27.
8. Davydchenko T. S. Suchasna presa dlia ditei v Ukraini: perevahy ta nedoliky / T. S. Davydchenko // Zb. prats nauk.-doslid. tsentru periodyky. — 2008. — Vyp. 16. — S. 123–134.
9. Davydchenko T. S. Typolohichna klasyfikatsiia dytiachykh periodychnykh vydan v Ukraini / T. S. Davydchenko // Informatsiine suspilstvo. — 2007. — Vyp. 6. — С. 24–27.

10. Davydchenko T. S. Typolohiia vydan ukraïnskoi dytiachoi presy. Istoryko-typolohichniy analiz (na pryklady zhurnalu «Barvinok») / T. S. Davydchenko // Aktualni pytannia masovoi komunikatsii. — 2004. — Vyp. 5. — S. 29–33.
11. Davydchenko T. S. Typolohichni kharakterystyky ukraïnskoi dytiachoi presy ta teoretychni aspekty yii funktsionuvannia / T. S. Davydchenko // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. — 2006. — № 1. — S. 358–362.
12. Davydchenko T. S. Typoformuiuchi oznaky suchasnykh ukraïnskykh zhurnaliv i hazet dlia ditei / T. S. Davydchenko // Visnyk Luhanskoho nats. ped. un-tu. Filolohichni nauky. — 2008. — Chastyna II. — № 3 (142). — S. 16–25.
13. Diachenko T. O. Rol korporatyvnoi presy u formuvanni ta rozvytku orhanizatsiinoi kultury / T. O. Diachenko // Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury. — 2010. — Vyp. 27. — S. 71–75.
14. Iliina L. V. Shkolnaya pressa kak sredstvo vospitaniya i razvitiya [Elektronnyy resurs] / L. V. Iliina. — Rezhim dostupa: http://school3.sebastopol.ua/?page_id=488. — Zagl. s ekrana.
15. Kit N. O. Stvorennia psikholohichnoho portreta chytacha yak vyznachalniy etap rozrobky kontseptsii novoho zhurnalu dlia ditei / N. O. Kit // Zb. prats nauk.-doslid. tsentru periodyky. — Lviv, 2003. — Vyp. 11. — S. 563–572.
16. Korchak Ya. O shkolnoy gazete / Ya. Korchak ; per. s pol. K. E. Senkevich // Izbr. ped. proizved. — M. : Prosveshcheniye, 1966. — S. 148–180.
17. Kocheharova O. V. Dytiachi vydannia v media prostori Ukrainy / O. V. Kocheharova // Uchenyye zapysky Tavrych. nats. un-ta. Ser. Fylohyia. Sotsyalnaia kommunykatsiia. — 2008. — T. 21(60). — S. 60–64.
18. Ohar E. I. Dytiacha knyha: problemy vydavnychoi pidhotovky : navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl. / E. I. Ohar. — Lviv : Az-Art, 2002. — 160 s.
19. Prokopchuk O. H. Suchasna periodyka dlia ditei: yaka vona? / O. Prokopchuk // Narodna hazeta. — 2005. — № 45. — S. 4.
20. Sidorenko N. N. Izdaniya dlya detey i podrostkov na Ukraine / N. N. Sidorenko // Zhurnalistika v 2001 godu: SMI i vyzovy novogo veka: Tezisy nauch.-prakt. konf. — M., 2002. — Ch. 2. — S. 16–18.
21. Stadnytska Yu. V. Dytiacha publitsystyka yak obiekt doslidzhennia / Yu. V. Stadnytska // Visn. SumDU. — 2006. — №3(87). — S. 20–24.
22. Tsymbalenko S. B. Podrostok v informatsionnom mire: praktika sotsialnogo proyektirovaniya / S. B. Tsymbalenko. — M. : NII shkolnykh tekhnologiy, 2010. — 256 s.

UDC 007:304:659.3

SCHOOL PRESS AS A CORPORATE MASS MEDIUM

Oblasova O. I., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipropetrovsk
o.oblasova@yandex.ru

The aim of the article is to submit a typology of adolescent magazines and identify peculiarities of school press as a form of corporate medium. The object of this paper is school periodicals.

Research methodology. The thematic and typological peculiarities of school periodicals have been examined. The stages of editorial preparation of a school periodical have been distinguished.

Results. It has been determined that the most important feature of school press is its functioning on the principle of “children for children”, which enables to observe the life of a modern teenager. School newspapers, as a rule, explore themes of life of a school, relationships with friends. School press is similar to a corporate medium, as it is aimed at the specific readership. Such communication helps create a positive image of an institution, support corporate spirit. Working on the school periodicals can be sought by both students and teachers as well as by the head of a journalist group. The next step is gathering the team that will prepare material for publication. For proper accomplishment of the editorial work an editor should be assigned that would take responsibility for the final look of the publication, the work of all the members of the publishing process. After forming the editorial staff, the concept of the medium itself should be developed and adopted. The editorial office should embody the planning issues that will be released the following month, in six months, in a year.

Novelty. An attempt is made in this article to identify school press as a corporate medium and examine its peculiarities.

The practical significance. The results of the study will be useful for further research of school press as a kind of corporate medium.

Key words: *adolescent readership, school newspapers, corporate press.*

Надійшла до редколегії 12.05.2015 р.