

На наш взгляд, сегодня совершенно очевидно, что сколько бы времени журналист не учился профессиональным приемам, не оттачивал, оттачивал свое мастерство, если он не станет личностью, не сможет определиться со своей гражданской позицией и не сможет проявлять ее в своей профессиональной деятельности и вместе с тем не останется просто живым человеком, понимающим и сопереживающим вместе со своими читателями, зрителями, слушателями, он будет малополезен. Таково основное предназначение, роль и цель гражданской позиции личности журналиста. Задача по-настоящему профессиональной журналистики как раз и заключается в том, чтобы научить свою аудиторию:

- быть более чувствительным, наблюдательным по отношению как к себе, так и окружающему миру;
- более творческому подходу к постоянно изменяющимся условиям окружающей действительности, грамотно приспосабливаться к ним, быть более гибкими, устойчивыми;
- жить в гармонии с социумом, обществом, окружающими людьми, находить комфорт, хорошее даже там, где его, на первый взгляд, нет;
- научиться осознавать себя как личность и переживать, чувствовать себя автором своей жизни и жизни окружающих.

## **ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ МИССИЯ ПЕЧАТНЫХ МАССМЕДИА ДЛЯ ДЕТЕЙ**

**Светлана Харитонова**

*Белорусский государственный университет,  
Беларусь*

В современных условиях динамичного развития информационного пространства Беларуси трансформируется не только набор приоритетных каналов массмедиа, увеличиваются также объем и интенсивность информационного потока, расширяются масштабы влияния медиаресурсов и возможности обратной связи с читателем. Модифицируются поведенческие характеристики подрастающего поколения, структура и качество медиапотребления.

На фоне происходящих процессов особое значение в формировании интеллектуального, нравственного и культурного потенциала детей приобретает система печатных средств массовой информации, которая способна удовлетворять информационные потребности подрастающего поколения, а также выполнять воспитательную миссию, применяя соответ-

ствующие психовозрастным особенностям читателя формы, способы и образно-выразительные средства создания контента.

Вопросы влияния СМИ на детей остаются малоизученным предметом в теории отечественной журналистики. В работах белорусских исследователей Н. Сушко и Л. Петровой [1, с. 99] изучается воздействие медиасреды на читательские интересы детей и подростков, в трудах М. Пшибытко и О. Гавриловича [2, с. 16] анализируются состояние и тенденции развития детского чтения в Республике Беларусь; российские ученые В. Чудинова [3, с. 137–140], [4, с. 37] и И. Жилавская [5] раскрывают проблематику трансформации читательских предпочтений детей в условиях воздействия современных средств массовой коммуникации и информации. В контексте нарастающей коммерциализации рынка печатных СМИ комплексного изучения требуют воспитательный аспект функционирования современных массмедиа для детей.

Научный интерес представляет наиболее многочисленный сегмент печатного рынка для детей Республики Беларусь – журналы для дошкольников и младших школьников. Пользуясь эффективными маркетинговыми инструментами успешной борьбы за своего читателя, создатели журнальной прессы для детей используют все возможные визуально-семантические ресурсы, которые обеспечивают узнаваемость издания, а также противопоставляют его конкурентам рынка детской печати. Тем не менее эффективные коммерческие стратегии и технологии не всегда отвечают условиям педагогической безопасности детского журнала.

На фактологическом уровне нередко публикуются искаженные и недостоверные сведения, которые дезинформируют читателя, негативно воздействуя на формирование его знаний и картины мира. Фактические ошибки вводят ребенка в заблуждение, не позволяя изданиям выполнять их основные функции – развития, образования, информирования и воспитания. К примеру, в журнале «Незнайка» читателя знакомят с новой цирковой профессией с нарушением логических законов в предложении: *«Дрессировщик – это артист, работающий со зверями, выступает со львом»*. Журнал «Волшебный светлячок», допускает фактические неточности в рифмованных, зачастую непоэтичных и неблагозвучных, загадках: *«Соразмерно ногам, впору будучи нам, все изгибы ступни облегают они»* (речь в загадке идет о носках). Встречающиеся в изданиях логические, грамматические и стилистические ошибки (*«Отыщи на картинке вверху, предметы, зверей и птиц, изображенные внизу»*, *«Мир захлестнула истерия вокруг новой игры Рокетон Го. Именно поэтому этот номер посвящен именно им»* и т. д.), нецензурные слова и выражения, чуждая литературному языку лексика (*«приходится тащиться»*,

«дурацкая школа», «смириться с ненавистной учебой» и др.) демонстрируют невысокий уровень профессионализма редакторов. Важно помнить о том, что достоверная информация, специальным образом организованная на полосе и в номере печатного издания, интерпретированная в соответствии с потребностями и возможностями читателя, способна воздействовать на его сознание, интересы, мотивы и поступки, интеллектуальное развитие личности.

На фоне модификации качественных параметров произведений детской прессы трансформируется система эстетических принципов художественного оформления, эстетико-культурный контекст ее пресс-дизайна.

С помощью различных образно-выразительных средств художники и дизайнеры налаживают коммуникацию с ребенком, который ищет в журналах не только новую занимательную информацию, но и популярные, визуально значимые образы. Контрастные цвета, красочные иллюстрации, броские заголовки, приветливые рисованные герои и названия современных изданий для детей: «Умняша», «Рюкзачок», «Дюймовочка», «Познайка», «Шапокляк» привлекают читательский взгляд к номеру, увеличивают коммерческое значение образа журнала, формируя особый визуальный фон и такие эстетические ценности и идеалы, которые находят самый короткий путь к сознанию и сердцу юного читателя. Поэтому важно не допускать на страницах детских изданий не соответствующих содержанию текста иллюстраций. Например, каким карандашом читателям следует рисовать, если на рисунке изображены красный и зеленый, а в задании подсказывают: «*Обведи фрукты красным карандашом, а овощи синим*» (журнал «Сказка на ночь»). Недопустимы рисунки, для которых характерны жирные контуры силуэтов и кричащие цвета; схематичная, карикатурная манера иллюстрирования; отказ от тщательной прорисовки типичных деталей, реалистичности изображения.

Детская пресса сегодня становится одним из проводников массовой культуры, ориентируется на коммерческий успех и популярность, занимательность и развлекательность для максимально широкой в сегменте аудитории. Коммерциализация рынка детских массмедиа приводит к тому, что журналы превращаются в продукт массового потребления. Неудивительно, что в течение длительного времени отечественными исследователями отмечается интерес школьников к развлекательным изданиям [2, с. 102]. Происходящие процессы преобразуют привычные белорусские идеалы-образы, основанные на этнокультурном опыте и традициях, меняя их на глобальные, сформированные в условиях развития мирового информационного пространства. Преобладающей опасностью для подрастающего поколения в этих условиях становится замещение националь-

ных эстетических ценностей и идеалов зарубежными. Поэтому важно публиковать мастерски исполненные рисунки, способствующие формированию базовых визуальных умений, развитию навыков восприятия, понимания и графического воспроизведения объектов («Детские сказки», «Буся», «Рюкзачишка»). Художественная полноценность и емкость образов, ясность, простота и выразительность, доступная восприятию читателя композиционная схема, отчетливое выделение центра крупным контрастным пятном, глубокое пространство, состояние живого движения отвечают реалистичному языку произведений.

Транслируя максимум публицистической, образовательной, развивающей, научно-познавательной информации, пресса для детей адаптирует читателя к его взрослению в различные периоды детства, содействует развитию и становлению личности, социализации, воспитанию эмоционально-ценностных и нравственных ориентиров. Поэтому такие требования к медиатексту СМИ для детей, как точность читательского адреса, объективный учет особенностей детского восприятия, достоверность сведений, информативность, грамматическая и стилистическая правильность речи, эстетико-педагогическая безопасность, остаются ключевыми в расширении понимания читателем визуально-семантической информации медиаконтента и повышении воспитательного значения детской прессы в целом.

### **Библиографические ссылки**

1. Сушко Н. И., Петрова Л. И. Анализ читательских интересов детей и подростков: проблемы чтения, издания и доступности печатной продукции // Тр. Белорус. гос. технол. ун-та. Сер. 9, Изд. дело и полиграфия. – 2009. – Вып. 17. – С. 97–102.
2. Современное состояние и тенденции развития детского чтения в Республике Беларусь: по результатам республиканского исследования / сост.: М. Г. Пшибытко, О. В. Гаврилович ; ред.: Л. Г. Кирюхина [и др.]. – 2-е изд. – Минск : Нац. б-ка Беларуси, 2012. – 155 с.
3. Дети и культура / Б. Сорочкин [и др.] ; отв. ред. Б. Ю. Сорочкин. – М. : URSS : КомКнига, 2007. – 286 с.
4. Чудинова В. П. Дети и библиотеки в меняющейся медиасреде / В. П. Чудинова. – М. : Шк. б-ка, 2004. – 336 с.
5. Жилавская И. В. Что ищет и находит молодое поколение в СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2007. – № 5. – С. 53–61.