

6. Стельмах, А. Когда на сайте начинаются километровые дуэли между пользователями – это очень здорово/ С. Стельмах [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://marketing.by/main/school/personally/0047401/>
7. Щурко, С. Непрофильный актив. Юрий Зиссер: Юлия Нестеренко? Не знаю такой... / С. Щурко [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.pressball.by/articles/author/shurko/78672/>.

Людмила Грамович
Газета «Зорька»

«ЗОРЬКА» – РОВЕСНИЦА ВЕЛИКОЙ ПОБЕДЫ (Из истории создания человекоформирующей газеты для юных читателей)

Старейшая в Республике Беларусь газета ДЕТСТВА «Зорька» накопила богатейший опыт работы в плане информационно-развивающего, духовно-нравственного, правового и творческого просвещения читателей 8-14 лет. Редакция выступает своеобразным штабом – мозговым центром для апробации новейших информационных и электронных технологий, форм работы с подрастающим поколением, а также организатором общественно значимых творческих проектов для самовыражения и самовоспитания школьников, способствует успешной социализации детей в обществе, гармонично соединяя научно-педагогические «рецептуру и диагностику» с социально-психологическим знанием процессов взросления, диктуемых самой жизнью. Однако, как мудро подмечено в народе, залог успешного движения вперед – в неразрывной преемственности поколений. Неисчерпаемая нравственная сила заключается в уроках прошлого, в умении помнить и ценить, использовать накопленный предшественниками опыт журналистского мастерства.

1945 г. ознаменовался для белорусских девчонок и мальчишек двумя замечательными событиями: затихли не прекращающиеся в течение четырех лет зловеще громыхающие канонады орудий и начали возвращаться домой с фронтов, госпиталей воины-освободители. А 1 января 1945 г. в разрушенном после бомбежек Минске увидел свет первый номер «Зорьки». Праздничный выпуск за 9 мая 1945 г. вышел с публикацией Акта о безоговорочной капитуляции германских вооруженных сил. Вот и получается, что «Зорька», добрая вестница, принесла радость читателям, чье детство безжалостно растоптала война. Ведь вовсе не гранату или пулемет в руках, а свежий выпуск СВОЕГО издания хотели держать гавроши воен-

ного лихолетья. С первых номеров газета (первые одиннадцать назывались «Пионер Белоруссии», а с 22 марта – «Зорька») стала широко освещать созидательный труд белорусского народа. В декабре 1945 г. со страниц издания к юным читателям обратился Якуб Колас: «Половину учебного года вы уже закончили. Я знаю, что было трудно. Мы еще не успели написать хорошие и в достаточном количестве учебники. Лютый враг разорил наши школы. Но пусть вас эти трудности не смущают: с каждым днем мы преодолеваем их. А вы помните это и старайтесь хорошо учиться!..» Емкое печатное слово вселяло в детей и подростках уверенность в завтрашнем дне, вдохновляло на учебу и помощь взрослым, агитировало на трудовые акции. С каждым годом все больше прибавлялось славных начинаний. В числе особо значимых общереспубликанских пионерских акций «Зорьки» были: «Зонтик добра», «Садам – пионерскую заботу», «Пионерская плавка», «Береги лес!», «Адрес заботы – дом, улица, двор», «Наш друг – спорт» и др. 12 марта 1971 г. при редакции был создан и поныне активно действует уникальный Батальон белорусских орлят, объединивший в своих рядах юных героев Великой Отечественной войны. Тридцать четыре года возглавляла редакционный коллектив первый главный редактор Мазурова Анастасия Феокистовна.

«Зорька» по-дружески прописалась в домах не одного послевоенного поколения белорусов, так как вряд ли что-то лучше способствует расширению детского кругозора, чем хорошая поучительная книга и актуальная, достоверная информация в периодической печати. Она стала детской трибуной, где происходит «першая спроба пярэ» одаренных школьников, это дискуссионная площадка для подростков, родителей, педагогов по молодежным проблемам. Газета – добрый старший друг читателей, компетентный собеседник и мудрый советчик, надежный партнер в сотрудничестве и воплощении в жизнь прекрасных детских замыслов.

Приоритетные направления в деятельности редакции были и остаются следующими: воспитание у юных читателей чувства гордости и ответственности за будущее родной страны, активной жизненной позиции и желания продолжать славные традиции старших поколений; бережное отношение к культурному наследию и национальным ценностям; содействие развитию детской дипломатии в целях пропаганды через детское творчество культурных и народных традиций Республики Беларусь; популяризации здорового образа жизни и семейных, духовно-нравственных ценностей. Информационно насыщенная и познавательная, культурно-просвети-

тельская и развивающая, красочно оформленная, с оригинальным дизайном и версткой газета «Зорька» помогает каждому юному читателю осознать свое место в обществе и максимально полно реализовать право на развитие всесторонне развитой личности.

Редакция «Зорьки» выступает с новаторскими инициативами:

– по патриотическому воспитанию подрастающего поколения и конкретного участия в общественно значимых акциях. Как пример – совместная работа белорусских и российских школьников по увековечиванию памяти героев Великой Отечественной войны, сбор архивных сведений и воспоминаний ветеранов для издания уникальной книги «Маленькие герои большой войны», проведение слета бойцов Батальона белорусских орлят;

– по образованию и сохранению, преумножению культурного наследия, культурных традиций. Как пример, организация творческих конкурсов для начинающих журналистов, художников, мастеров народного творчества – «Мы живем в Союзном государстве», «Живые краски миротворчества», «Миллион улыбок в объективе», «Когда МАЛЕНЬКИЕ станут БОЛЬШИМИ»;

– по духовно-нравственному воспитанию подрастающего поколения. Как пример, налаживание сотрудничества воспитанников воскресных школ Беларуси и России, изучение духовного наследия, православных святынь и традиций через совместный творческий конкурс и передвижную выставку «Святыни Беларуси и России», переписку и обмен заметками для публикаций в газете;

– по социальной адаптации в обществе детей с особенностями психофизического развития. Как пример, совместные благотворительные акции – творческий конкурс «С добротой от сердца к сердцу», в ходе которой школьникам предлагается подружиться с обиженными судьбой сверстниками, навестить ребят в домах-интернатах, социальных приютах и реабилитационных центрах; здоровые сверстники помогут больным детям приобщиться к творчеству и создадут совместную выставку, проведут обучающие мастер-классы по декоративно-прикладному искусству;

– новаторскими инициативами по защите природы, окружающей среды. Как пример, организация белорусско-российского конкурса для юных журналистов, экологов, тимуровцев, художников «Нам этот мир завещано беречь», проведение трудового десанта «Посади дерево!»;

– по укреплению роли печатного издания по защите прав и интересов юных граждан Союзного государства. Это участие школьников в заседаниях Детской редколлегии и обсуждение за «кру-

глым столом» с компетентными взрослыми волнующих вопросов, совместный поиск их возможного решения; непосредственное общение детей с профессиональными журналистами, педагогами, юристами, представителями госструктур и общественных организаций; это еженедельная работа прямой линии «SOS-телефона». И еще много-много других начинаний в интересах Детства.

Ольга Гресько

*Институт журналистики
Киевского национального университета им. Т. Шевченко
(Украина)*

ТЕНДЕНЦИИ ПРЕССЫ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ НОВЫХ МЕДИА

Тенденции средств массовой информации (СМИ) начала XXI века обусловлены влиянием «цифровой эпохи». Динамика и вектор развития современной прессы зависит от следующих факторов: уровень информатизации общества, особенности политической системы, исторические и культурные традиции народа.

Появление новых медиа можно считать точкой отсчета в процессе трансформации СМИ во всем мире. Первый этап – создание электронных версий, поначалу похожих на печатные по содержанию и форме. Второй связан с дальнейшим развитием Интернет-изданий и применением мультимедийных технологий для обработки информации: текст со ссылками и гиперссылками, аудиоподкасты, видео, инфографика, анимация, фотогалерея и т. д. Третий этап трансформации характерен для всех видов традиционных СМИ: взаимодействие с блогосферой и социальными сетями.

Сегодня в Украине актуальны все вышеуказанные этапы в зависимости от интересов и возможностей целевой аудитории на местном и национальном уровнях. В некоторых странах с целью финансово-экономической привлекательности и конкурентоспособности на рынке прессы был проведен эксперимент. Так, впервые в 2010 г. в Бельгии вышла газета в 3D формате. Трехмерное изображение в печатном виде можно увидеть с помощью специальных очков – дополнительного приложения к каждому экземпляру. Такая инновация была оценена читателем один единственный раз, когда была в диковинку. Достаточно затратная кампания так и не привела к желаемому результату в практической журналистике, хотя иногда такой метод применяется в научно-популярной литературе для специализированной аудитории.