

Происходит это еще быстрее, чем аудитория успевает осмыслить какие-либо закономерности в его развитии. В числе глобальных тенденций, оказывающих влияние на национальную медиасреду, можно назвать активное использование журналистами цифровых технологий. В любом случае очевидно, что ответить на эти вызовы надо ускорением цифровой трансформации, представляя журналистский текст в новых форматах.

Литература

1. Баранова, Е. В. Креативные ресурсы медиасистем / Е. В. Баранова // Сучасная медыясфера: практыка трансфармацыі, тэарэтычнае асэнсаванне, інстытуцыйнальныя перспектывы : матэрыялы I Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 30 сак. 2017 г. / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2017. – С. 22–24.
2. Вырковский, А. В. Трансформация редакционного менеджмента под влиянием дигитализации / А. В. Вырковский // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. – 2016. – Т. 16. № 2. – С. 203–210.
3. Потребин, А. В. Влияние конвергенции на бизнес-процессы в СМИ / А. В. Потребин // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысв. 95-годдзю БДУ (10–11 ліст. 2016 г., Мінск) / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : БДУ, 2016. – С. 28–31.
4. Свитич, Л. Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции / Л. Г. Свитич // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 406–414.
5. Федотова, Н. А. Рекреативные функции СМИ: идеологический и политический контекст / Н. А. Федотова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 414–420.

Людмила Грамович

Газета для детей и подростков «Зорька»

СОЦИОЛОГИЯ ДЕТСКОЙ И ЮНОШЕСКОЙ ПРЕССЫ (на примере деятельности газеты для детей и подростков «Зорька»)

В постоянно развивающемся современном социокультурном пространстве Союзного государства, даже несмотря на масштабную интернет-оккупацию, роль печатных СМИ для юных граждан одна из важнейших, первостепенных [1, 5, 6]. Помимо традиционных информационно-просветительской и познавательно-обучающей редакция

газеты «Зорька» достойно выполняет человекоформирующую миссию. Целый комплекс общественно значимых функций – информационная, идеологическая, образовательно-воспитательная, организационная, коммуникативная, методическо-обучающая – способствует формированию общественного мнения по социально значимым проблемам, формированию правосознания и правовой культуры, финансовой грамотности подрастающего поколения и главное – максимальному проявлению потенциала детей, подростков через развитие навыков работы с традиционными и новейшими информационными технологиями [2]. Формирование активной гражданской позиции осуществляется через включение читателей в социально значимую деятельность, через постижение основ информационной и коммуникационной культуры и правил безопасного интернет-пользования, через миротворческие и благотворительные акции. Особой популярностью у читателей как юного, так и старшего возраста пользуются такие творческо-воспитательные и гражданско-патриотические проекты: «Союзное государство – наш общий дом», «Живые краски МИР ТВОРЧЕСТВА», «С «Зорькой» классно мы живем!», «С «Зорькой» к творческим успехам», а также пресс-туры, пресс-конференции, заседания детской редколлегии газеты.

Родившихся после 2000 года детей ученые, согласно теории поколений, называют поколением Z с особым типом интернетсформированного мышления. Как говорят специалисты, это поколение в ближайшем будущем буквально перевернет мир, не вставая с дивана [3, 4]. Поэтому очень важно с юных лет воспитывать у молодежи искреннее чувство патриотизма, гражданскую ответственность за настоящее и будущее родной Беларуси, гордость за историческое и культурное наследие белорусов. Журналисты газеты «Зорька» уверены, что гармоничной личностью ребенок вырастет тогда, когда постоянно будет чувствовать себя любимым взрослыми, счастливым и успешным, когда он сможет самореализоваться в заботящемся о детях обществе.

Активное участие в редакционных начинаниях школьников и взрослых способствует укреплению «мостов взаимодействия», плодотворному партнерству-сотрудничеству молодежи с представителями госструктур, общественных объединений и организаций, отвечающих за реализацию молодежной политики в стране; мониторингу мнений детей, подростков по волнующим их вопросам современности с целью поддержки креативных идей и новаторских предложений, а также предоставления юным возможностей самоутверждаться в обществе как полноправным гражданам. Популяризация инновационных проектов

для совместного культурно-просветительского времяпровождения детей и взрослых, белорусов и россиян, осуществляется через проведение конкретных знаковых мероприятий. Как яркий пример тому – огромный интерес людей разного возраста, местожительства вызывает ставший уже традиционным в программе официальных мероприятий Союзного государства на международном фестивале искусств «Славянский базар в Витебске» белорусско-российский пленэр для юных художников и журналистов. С каждым годом к команде участников пленэра присоединяются в качестве помощников-единомышленников сотни увлеченных творчеством девочек и мальчиков, бабушек, дедушек с внуками, педагогов, работников культуры. Приоритетные направления в работе редакции на 2017 год направлены на широкое освещение на страницах газеты «Зорька», на веб-сайте мероприятий, посвященных Году науки, знаменательным и памятным датам: 500-летию белорусского книгопечатания, 135-летию со дня рождения классиков белорусской литературы Янки Купалы и Якуба Коласа, 915-летию со дня рождения Евфросинии Полоцкой, 950-летию Минска, 95-летию пионерского движения, а также проведению республиканской интеллектуально-творческой игры «Пароль – «Октябренок: есть контакт!».

В народе очень мудро подмечено: в неразрывной преемственности поколений, в умении ценить и дорожить прошлым заключается неисчерпаемая нравственная сила, позволяющая обществу уверенно двигаться вперед, достигать новых высот, не повторяя ошибок прошлого. А не утратить интерес нынешних детей к чтению помогают передовые технологии и творческий потенциал юных и профессиональных журналистов редакций государственно значимых детско-юношеских и молодежных СМИ.

Традиционно печатную форму подачи информационного и фотоматериалов на газетных полосах «Зорьки» существенно дополняют, расширяют предоставляемые интернетом возможности веб-сайта www.zorika.by, присутствие издания в интернет-сообществах «ВКонтакте» и Facebook.

Литература

1. Беларусь – Россия: сотрудничество регионов / сост. Б. Л. Залесский, Е. А. Коровкин, М. Е. Коровкина. – Минск : БЕЛТА, 2010. – 320 с.
2. Доржиева, Л. Б. Детская пресса как фактор формирования гражданственности школьников / Л. Б. Доржиева. – Улан-Удэ : Изд-во Бурят. гос. ун-та, 2007. – 121 с.
3. Доржиева, Л. Б. От детской прессы – к преобразованию будущего / Л. Б. Доржиева. – Улан-Удэ : Изд-во БГСХА, 2012. – 108 с.

4. Доржиева, Л. Б. Современная детская пресса / Л. Б. Доржиева. – Улан-Удэ : Изд-во БГСХА, 2011. – 246 с.
5. Карлюкевич, А. Н. Мы – вместе! / А. Н. Карлюкевич. – Минск : Междунар. центр интеграц. информ. ; Обществ. пресс-центр Дома прессы, 2006. – 168 с.
6. Письма дружбы / сост. В. Носов, Н. Романова. – М. : Творческие мастерские, 2011. – 151 с.

Виктория Дабеза

*Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко
(Молдова)*

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВИРАЛЬНОСТИ

Под *вирусной информацией* мы понимаем быстро самораспространяющийся при помощи мемов и мемплексов контент (чаще всего пользовательский), который вводит в инфосферу новые идеологические коды или изменяет старые, глубоко укореняясь в сознании людей (инфицированных мемоидов) и побуждая их к определенным, часто иррациональным, действиям, в том числе и к распространению (репликации) этой информации.

Прежде всего, потенциально виральными являются мультимедийные, т. е. синтетические, или «гибридные» жанры интернет-контента (изображение / анимация ± аудио ± текст): плэйкаст, «коуб», лонгрид, шуточный тест (квиз) и др. [1]. Причем именно первый – *визуальный* – компонент синтетических жанров является наиболее важным. Большая часть вирусной информации в интернете является визуальной (63 % контента социальных сетей состоит из картинок [3], а если добавить к этому видео, то эта цифра приблизится к 90 %). И это не случайно: визуальный контент, размещенный на интернет-странице, обращает на себя внимание реципиента в первую очередь. Кроме того, психологи утверждают, что визуальную информацию наш мозг воспринимает в 60 000 раз быстрее, чем текстовую, и что люди запоминают 80 % увиденного и лишь 20 % услышанного [4]. Таким образом, визуальная информация выполняет как минимум два условия, чтобы стать вирусной: она без труда привлекает внимание и легко запоминается. Кроме того, в процессе макетирования веб-страницы или создания пользовательского контента любое изображение подвергается обработке (дизайну) в соответствии с целями и задачами автора.

А. Мирошниченко подчеркивает: «Вирусное распространение информации означает пропуск темы через множество частных фильтров