

Секция «Журналистика»

Поиск концепции детского издания

Пинчук Ольга Васильевна

Аспирант

*Воронежский государственный университет, Факультет журналистики, Воронеж,
Россия*

E-mail: prosto-belka@yandex.ru

В условиях усиления влияния интернет-технологий на молодое поколение организация любого детского онлайн-ресурса приобретает социальную значимость, так как создаёт необходимую детям и подросткам информационную среду, поддерживает их коммуникативные отношения с обществом, формирует вкусы и пристрастия юного пользователя.

Задача учредителей детских интернет-ресурсов: изучать и учитывать потребности своей аудитории, определяя информационные приоритеты изданий, и содействовать таким образом социализации личности.

Представление о том, какая именно информация необходима детям различных возрастных категорий, можно получить, опираясь на данные социологии, педагогики, психологии детского восприятия и других наук, изучающих личность ребенка. Известно, например, что дети любят стихотворные, песенные произведения. Можно предположить, что они привлекают их своей непохожестью на обыденную речь. Также нетрудно заметить, что ребенок предпочитает монологичным текстам диалогичные, в которых слышится постоянное обращение к читателю, ведется неторопливая беседа с ним.

Жизнь воспринимается детьми в образно-эмоциональном плане. Именно поэтому редактор при оценке произведения обращает внимание на то, как оно будет воздействовать на чувства ребенка. Тут особенно важно соотносить оценочные моменты с правильно сформированными эмоциями читателя.

Московский исследователь детской интернет-журналистики С.А. Петрова считает, что детский сетевой ресурс может быть представлен в интернет-среде двумя способами: как авторский и как редакционный проект. В первом случае издание отражает чёткую авторскую позицию, литературный талант и единую художественную идею организатора сетевого ресурса, который может органически сочетать в себе писателя и иллюстратора, модератора и веб-дизайнера. Во втором случае детский сетевой журнал, как результат коллективного, часто анонимного, творчества, должен превратиться в экспериментальную лабораторию, в которой идёт поиск новых жанров детской периодики, дизайнерских решений, оттачивается мастерство веб-журналистов и веб-редактора.

Однако следует учитывать, что ситуация в детских сетевых СМИ, относящихся, чаще всего, к некоммерческой сфере, ограничивается финансовыми, техническими и организационными возможностями, в то время как перед ними стоит необходимость реализовать практически те же функции и задачи, что и у коммерческих СМИ. Разрешить это противоречие – задача государственной важности.