

## **Секция «Журналистика»**

**Липецкая областная детская газета «Золотой ключик»: традиции и новаторство**

***Капустина Галина Леонидовна***

*Соискатель*

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Факультет журналистики, Тамбов, Россия*

*E-mail: kapustina\_g\_g@mail.ru*

Тематический детерминизм, продиктованный коммерческой зависимостью, сформировал иной социально-культурный контекст, который определил конструктивные изменения и в содержательной, и в композиционно-графической модели детского издания. Эффективность творческих усилий специалистов в сфере детской журналистики вообще и печатных СМИ в частности зависит от того, насколько точно тематика и форма предлагаемого материала попадает в сферу интересов детской группы. Особенности предлагаемого подхода к анализу детских периодических изданий соотносится с понятием «развивающая журналистика», что косвенно находит выражение в факте существования таких изданий для детей и юношества, как «Детское чтение для сердца и разума» Н.Новикова, «Друг юношества и всяких лет» М.Невзорова, «Новое детское чтение» С.Глинки и т.д. В нашем понимании развивающую журналистику для детей следует рассматривать как канал воспитания подрастающего поколения на основе отечественного социокультурного и духовно-нравственного опыта с учётом долгосрочных национальных интересов России, формирования деятельной, созидательной личности. Автор статьи убеждён, что качественное детское периодическое издание должно быть не только интересным, полезным, занимательным, умным. Оно должно быть человекоформирующим.

В аспекте развивающей журналистики особенно актуальным представляется разговор о функциях: воспитательная (коррекционная), образовательная, просветительская, информационная, рекреационная и интегративная функции. Просвещение и воспитание – приоритетные направления журналистской работы с детьми. Воспитательная функция в большей степени проявляется в коррекции, т.е. в дополнении или частичном изменении существующей реальности. Развлечение должно использоваться вспомогательно, выступая в качестве мотивационного подкрепления основных функций. Заслуживает внимания и тот факт, что современные дети утратили культуру общежития в многонациональном и многоконфессиональном обществе, поэтому детская пресса должна строиться с учётом интегративной функции.

Рассмотрим особенности подачи различной информации в Липецкой областной детской газете «Золотой ключик» с учётом реализации данных функций. Обозначим их как направления работы редакции: информационное направление, образовательное, культурно-просветительское, аксиологическое направление (воспитание любви к своей стране и воспитание любви к своему краю), направление «Я за здоровый образ жизни», рекреативное направление; направление социализации проявляется в следующих векторах: диалог с родителями, общение детей между собой, самостоятельное творчество детей. Конструктивную роль в реализации рекреативной функции выполняет установка не на «массового» усреднённого потребителя с нивелированными интеллектуальными

запросами, а на подрастающего читателя, девиз которого – «Быть умным – это модно!». Установка редакционной политики очевидна: воспитывать заинтересованность и формировать спрос на «высокие» формы рекреации, спорта, искусства, обладающие положительным педагогическим эффектом и вызывающие позитивную активность. Цель – не просто на создание детского информационного пространства в области; газета обеспечивает условия для самореализации и самопознания как юнкоров, так и читателей. Подросток становится источником, транслирующим свой инфопоток на аудиторию, в которую входят и взрослые. В данном контексте очевидно, что газета «Золотой ключик» предстаёт характерным атрибутом детской, быть может, и школьной субкультуры (в рамках области и областного центра), и в этом смысле достаточно устойчиво входит в культурное пространство общественной жизни.

Таким образом, анализ контента показывает, что основное направление работы редакции газеты – развитие своего читателя. В активе «Золотого ключика» – проведение идей, утверждающих моду на здоровье, знания, нравственность. Дополнительную «камерность» газете сообщает то обстоятельство, что она является региональной, более близкой к читателям и многих из них, так сказать, «знает в лицо», а также сегментация целевой аудитории в тематическом направлении («Преображение», «Сыроежка») и аудиторном («На вырост!»). Тираж и популярность газеты дают основания считать «Золотой ключик» профессиональным партнёром «взрослых» газет.