

ДЕТСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАЗАХСТАНА CHILDREN'S JOURNALISM OF KAZAKHSTAN

Аннотация: Статья посвящена аспектам функционирования детской журналистики в Казахстане, ее роли в процессе социализации молодежи, в формировании разного типа ценностей. На примере костанайской областной детской газеты «Зеленое яблоко» демонстрируются возможности детской прессы, использующей язык и стиль своей целевой аудитории.

Ключевые слова: детская газета; детская журналистика Казахстана; газета «Зеленое яблоко».

Abstract: Article is devoted to aspects of the functioning of children's journalism in Kazakhstan, its role in the socialization of young people in the formation of different types of values. On the example of the Kostanay regional children's newspaper «Green Apple» demonstrates the possibility of children's media, using the language and style of its target audience.

Keywords: children's newspaper; children's journalism of Kazakhstan; the newspaper «Green Apple».

В процессе социализации особенность казахстанских СМИ в том, что усвоение информации, полученной посредством СМИ, у детей и молодежи в настоящее время (семейное и религиозное воспитание, школьное и вузовское образование и воспитание) носит в большей степени индивидуальный характер. Их эффективность является отсроченной во времени. При этом роль средств массовой информации в формировании системы ценностей молодого поколения может носить характер как позитивный, так и негативный. В последнем случае это то, что в деятельности казахстанских СМИ, на наш взгляд, слабо отражен процесс формирования традиционных духовно-нравственных ценностей у молодежи. Более того, через СМИ РК молодежь чаще принимает за собственные ценности постулаты американского и западного образа жизни, те стандарты массовой культуры и потребления, которые характерны для менталитета населения Европы и США.

В последнее время в формировании информационного пространства Казахстана наметился ряд факторов, заставляющих говорить о сохраняющейся угрозе негативного влияния СМИ на сознание молодого поколения. А именно: уровень информационно-культурного, информационно-социального состояния Казахстана фактически зависит от российских медиакомпаний, от проамериканских тенденций и европейских веяний в СМИ других стран. Это обеспечивается вы-

веренной маркетинговой политикой государственных неказахстанских медиакомпаний. В частности, в большинстве информ-проектов, которые появляются в казахстанских телекомпаниях, наличествуют корни из медиапродукции США, России и европейских государств.

Это в целом может привести к тому, что еще четче проявится одновекторная культурная ориентация в СМИ Казахстана, что разрушительным образом скажется на традиционных культурных ценностях молодых казахстанцев, на возможностях сохранения собственной этнокультуры республики, повысит риск межэтнических и межконфессиональных конфликтов. Причем это касается не только крупных республиканских СМИ, но и региональных газет и телекомпаний Казахстана.

Исходя из этого, можно заключить, что казахстанская модель обеспечения информационной безопасности в информационной сфере не всегда способна в полной мере обеспечить процесс социализации казахстанской молодежи. Также не в полной мере на сегодняшний день удастся наладить эффективную государственную информационную политику в сфере обеспечения духовной безопасности личности, что приводит к упрощенному подходу к роли идеологии в СМИ и, как следствие, отсутствию четких, постоянных социально-экономических позиций. В итоге в системе ориентиров побеждают западные ценности, в т. ч. не просто свобода информации, а свобода в соответствии с американскими и европейскими национальными критериями, что приводит к главенству псевдоценностей.

Потому в ближайшей перспективе необходимо активно использовать осуществление государственной пропаганды собственной системы ценностей посредством СМИ, ведь именно газеты и ТВ – один из самых эффективных механизмов формирования у современной молодежи традиционных, духовно-нравственных систем ценностных ориентаций. И это должно стать одной из первоочередных задач в выработке единой стратегии молодежной политики в Республике Казахстан.

Для возможной нормализации, эффективности деятельности институтов социализации молодежи есть принципиальные затруднения. Это прежде всего отсутствие механизмов донесения до сознания молодого поколения четко очерченного образа будущего и ближайших перспектив развития нашего общества как целостного социального организма. Далее – неустойчивая единая структура, отсутствие единого понимания и направления деятельности по социализации молодежи, как следствие – рост влияния на молодежь десоциализирующих факторов в условиях снижения социальных гарантий.

В данное время около 50 периодических изданий Казахстана адресовано детской и молодежной аудитории. В середине 1990-х годов в РК был создан Центр детской печати, радио, телевидения и кино «Детское время» для координации работы молодежных СМИ в республике. На его базе в 2002 году сформировался Молодежный Медиа Союз Казахстана, с помощью которого создаются и функционируют конкретные СМИ, ежегодно проводятся Международный фестиваль молодежных средств массовой информации «Юная столица глазами юных» (для молодых журналистов 14 – 18 лет, место проведения – г. Астана); Молодежный

информационный форум «Кольцо Евразии» (включая творческий конкурс по двум возрастным категориям – 14 – 18 и 19 – 29 лет); региональные семинары, тренинги для молодых журналистов и руководителей молодежных изданий. Молодежный Медиа Союз Казахстана обеспечивает участие журналистов страны в международных мероприятиях, связанных с деятельностью молодежных СМИ в ближнем и дальнем зарубежье. В данное время в Казахстане под патронажем Молодежного Медиа Союза сложилась информационная сеть, имеющая субъекты во всех областных и 9 малых городах страны, выпускающие несколько десятков детских и молодежных газет, радио- и телепередач, молодежных страниц во взрослых изданиях. Самые популярные – газеты «Метро» (г. Астана), «Дружные ребята» (г. Алматы), «Зеленое яблоко», «Перекресток» (г. Костанай), «От и до» (г. Караганда), «Голосок» (г. Экибастуз), радиопрограммы «Просто мы» (г. Актобе), «Болашак пикчерз» (г. Павлодар), телепрограммы «Волшебное такси» (г. Костанай), «Час без родителей» (г. Ченаше), «Автограф» (г. Семипалатинск) и др. [1].

В Костанайской области Казахстана с 1999 года издается единственное в стране детское региональное издание, которое за все время своего существования не закрывалось ни на один день. В отличие от своих собратьев – детских средств массовой информации, которые издаются в РК периодически в зависимости от возможностей финансирования, либо появляются один раз в три месяца.

Газета «Зеленое яблоко» выходит еженедельно и рассказывает о том, что касается детей и подростков не только в отдельно взятом регионе, но и в республике в целом, а также на уровне международных отношений. Юные корреспонденты «ЗЯ» не раз участвовали в конкурсах и фестивалях СМИ и побеждали в них, демонстрируя высокий профессиональный уровень подготовки. За 16 лет школу юнкоров «Зеленого яблока» прошла не одна сотня талантливых детей, многие из которых, став взрослыми, продолжили свой профессиональный путь в журналистике. Причем, не только в местных СМИ, но и в газетах, телекомпаниях, журналах и интернет-изданиях Казахстана, России, дальнего зарубежья.

Сегодня эта детская газета выходит в формате от 4 до 16 страниц в зависимости от полученного госзаказа. Распространяется в основном в той сети контактов среди школ Костанайской области, которую наработала за годы своего существования. То есть буквально в каждой школе городов и районов области есть не только читатели «ЗЯ», но и собкоры этой газеты. В целом ныне насчитывается более ста юных корреспондентов, которые являются постоянными авторами этой газеты. При этом возможность стать юнкором газеты есть у каждого школьника, у которого есть желание попробовать себя в этой профессии, потому что в редакции работают и взрослые журналисты, которые делятся опытом работы в процессе подготовки каждого номера «ЗЯ». В результате, приобщаясь к журнализму, школьники учатся работать с информацией, осознавать чувство ответственности за публичное слово, развивать в себе задатки критического мышления и чувства патриотизма. С другой стороны, со своим читателем газета предпочитает общаться на его же языке – понятном и привычном, что стимулирует доверие детской аудитории.

Активное сотрудничество редакции с крупнейшим изданием региона – газетой «Костанайские новости» – позволяет расти «Зеленому яблоку» в профессиональном плане и дальше. Сегодня «Зеленое яблоко» с тиражом до 10 тысяч экземпляров – яркий пример того, насколько успешным может быть и детское издание в наше время, когда во всем диктует условия жесткий медиарынок.

Библиографический список

1. Пранович, Т. Молодежная пресса Казахстана: традиции и новое / Т. Пранович. – elib.bsu.by/bitstream/123456789/18650/1.