

нальному совершенствованию у части студентов, что проявлялось в пропусках занятий, в отказе от выполнения заданий, в игнорировании сроков сдачи заданий на проверку. С другой стороны, это неумение даже мотивированных на учебу студентов «продавать» себя как специалиста, составлять резюме, вести себя на собеседовании, готовить профессиональное портфолио.

У обозначенных проблем есть и субъективные причины, связанные с личностной и социальной незрелостью студентов 4 курса. Например, неумение расставлять приоритеты в жизни, сложное финансовое положение, вынуждающее работать во время учебы не по специальности, что сказывается на качестве знаний. Однако есть и объективные причины, обусловленные несовершенством системы образования. Все описанные в данной статье проблемы были проанализированы нами с целью коррекции учебного процесса, и они не носят масштабного характера. Кроме того, мы рассчитываем, что создание филиала кафедры позволит повысить уровень подготовки наших выпускников, усовершенствовать их профессиональные и личностные компетенции.

УДК 070.489

Е.А. Карабанова, ст. преп. (БГТУ, г. Минск)

## **СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ НА ТЕМУ ДЕТСТВА И РОДИТЕЛЬСТВА**

Повсеместное распространение сети Интернет, ее активное развитие и внедрение все шире и глубже в жизнь каждого человека влияет на многие аспекты личного и общественного бытия. Одной из областей, которая довольно скоро почувствовала на себе мощное влияние Интернета, это медиасреда. Современные СМИ теперь конкурируют не только между собой, но и с любым интернет-ресурсом в борьбе за внимание читателя. С каждым годом появляются инновации, задача которых – усилить вовлеченность Интернет-пользователя в тот или иной ресурс, как правило, через увеличение времени пребывания на ресурсе и/или через вынуждение чаще посещать ресурс. Это достигается разными путями: эмоционально-психологическим вовлечением, интеллектуальной заинтересованностью в смежном или схожем контенте, усилением визуальной привлекательности и эффектности.

Благоприятным для развития интернет-ресурсов является и изменение психологического портрета информационного потребителя. Новое поколение читателя – психотип с клиповым мышлением, которому с трудом дается освоение большого, основательного материала, требующего погружения и сосредоточенности.

В такой ситуации СМИ вынуждены искать новые формы своего существования в современной действительности, чтобы быть заметными и востребованными.

Однако в условиях информационной вседоступности как к прочтению, так и к созданию новостного контента, возникает немало индивидуумов, которые намерены выполнять функции СМИ. И это стремление в некоторых случаях оправдано и компетенциями индивидуума, и его моральными качествами, что приводит к появлению так называемой гражданской журналистики, во многих же других приводит к засорению информационного пространства дезинформацией, псевдоинформацией, информационными или эмоциональными провокациями.

Все эти современные тенденции СМИ характерны и для научно-популярных, научно-познавательных периодических изданий. К каким трансформационным процессам могут приводить эти тенденции, рассмотрим на примере информационных печатных и сетевых изданий на тему детства и родительства.

К сожалению, печатные журналы для родителей широкого тематического профиля в Беларуси на сегодняшний день исчезли. Еще 7 лет назад выходило 4 белорусских научно-популярных журнала на тему детства и родительства: «BabyBOOM!» (последний номер вышел в 2015 г.), «Малышок» (последний номер вышел в 2018 г.), «Курносики» (последний номер вышел в 2018 г.), «Bambini» (последний номер вышел в 2020 г.). Все эти журналы финансировались частными средствами, существовали в основном за счет самоокупаемости, потому с наступлением в стране кризисного экономического периода были вынуждены искать варианты существования либо закрыться. Редакции всех упомянутых изданий пытались какое-то время сохранить выпуск своих детищ за счет смежной деятельности. Все издания имели также и свои сайты, которые, однако, не развивали свой функционал в соответствии с интернет-инновациями и не могли стать преемниками своего печатного издания либо сформировать новую форму СМИ совместно с печатной формой. Трансформации в конвергентную редакцию не произошло. На сегодняшний день только сайт [bambini.by](http://bambini.by) продолжает существовать без своего печатного родоначальника, и даже подвергся кардинальному функциональному изменению в период с 2018 по 2020 год в соответствии с инновационными тенденциями. Сайт позиционирует себя как родительский клуб, имеет структурированный тематический рубрикатор статей, разделы с полезными материалами для родителей (сборники классических сказок, рассказов, песен, стихов для детей и др.), рубрики новостные, о мероприятиях, проводимых редакцией журнала, о курсах для детей, о мероприятиях для родителей и др. Уровень подготовки материалов на портале высо-

кий: научно-популярные статьи все авторские, написаны либо специалистами, либо журналистами при консультировании специалиста. Однако на сегодняшний день работа по его развитию приостановлена, сейчас сайт не ведет активную информационную деятельность.

В каталоге подписных изданий Республики Беларусь на первое полугодие 2023 года можно найти два печатных издания, которые позиционируют себя как издания для всей семьи с преобладанием тем о родительстве:

1. Журнал «Планета – семья» (Духовно-нравственные вопросы семейного воспитания. Научно-популярный и литературно-художественный журнал), выходит с мая 2002 г. Учредитель и издатель – частное издательское унитарное предприятие «Планета – семья». Издается в Могилеве. Тираж – до 200 экз. Сайта нет.

2. Журнал «Семья». (Семейные истории, домашнее хозяйство, школа родителей, сканворды др.) Учредитель и издатель – ООО «Редакция газеты «Магазин кроссвордов». Издается в Минске с 2018 года. Тираж изменяется от выпуска к выпуску.

Однако эти издания нельзя квалифицировать как полноценные научно-популярные, так как в первом издании преобладает литературный контент, а во втором развлекательный.

Спросом у белорусских читателей пользовались и российские печатные научно-популярные издания для родителей: «Мой кроха и я», «Мой ребенок», «Няня», «Мамас & Папас», «Parents (Счастливые родители)», «Игра и дети». Однако и российские издания постигла та же участь, что и белорусские аналоги: почти все они перестали существовать. В печатном виде сейчас для читателей доступен по подписке только журнал «Игра и дети». Надо отметить, что издание существует за счет хорошо развитой смежной деятельности по продаже игр и игрушек и использует журнал как рекламную площадку для своих товаров. Журналы «Мой кроха и я», «Мамас & Папас» не выходят в печатном виде и не имеют сайтов. Журнал «Мой ребенок» остался только в виде одной из тематических рубрик на сайте [liza.ru](http://liza.ru).

Журнал «Няня» теперь существует в виде портала для родителей [pauya.ru](http://pauya.ru), где очень четко рассказывает о своих целях и задачах в разделе «О проекте», а также об истории журнала, начиная с 1994 года. Сайт продолжает традиции журнала в качественной подаче информации, в логичной структуре контента, ненавязчивом визуальном исполнении. Сайт поддерживается информационно Союзом педиатров России, а финансово – собственной смежной деятельностью по подбору персонала для работы в семьях.

Сайт [parents.ru](http://parents.ru) – преемник печатного журнала «Parents». Теперь это «бренд «родительского» сегмента в интернете с профессионально созданным контентом». Сайт выглядит очень лаконично, имеет очень

простую систему навигации и скромный дизайн. При этом сайт сохраняет хороший уровень и классический научно-популярный стиль подачи информации.

Перейдем к рассмотрению вариантов СМИ, которые изначально задумывались как интернет-издания.

Так, белорусский сайт [prodetok.by](http://prodetok.by) был открыт в 2016 году как «информационный портал для родителей» (издатель – ИП Марахина И. В.). Однако информация на портале плохо систематизирована: заявлен стандартный для подобных изданий набор справочных рубрик, но размещение информации внутри них выглядит не всегда логичным. В разделе «Статьи» отсутствует тематическое деление, статьи размещены хаотично. Кроме того, практически все информационные материалы, размещенные в стандартном наборе рубрик для издания на тему детства и родительства, имеют низкое качество редакционной подготовки: объем их очень мал, тема в них не раскрыта, представлено недостаточное количество фактического материала, не указан автор, язык изложения оставляет желать лучшего.

Еще один белорусский сайт – [mamaland.by](http://mamaland.by) – появился на свет в 2022 году (издатель – ООО «Медиа креатив групп»: «белорусский информационный интернет-портал для молодых мам и для тех, кто планирует ими стать»). Сайт выглядит ярким, логичным и удобным для пользователя как в стандартной версии для отображения на компьютере, так и в версии для мобильных телефонов. Основное тематическое направление сайта – рекламно-справочное: в разделах представлена не научно-популярная информация по теме, а рекламно-информационная справка об организации, предоставляющей ту или иную услугу. Большой раздел посвящен приглашению к платному сотрудничеству различных компаний: владельцы сайта предлагают потенциальным клиентам создание на сайте [mamaland.by](http://mamaland.by) персональной страницы рекламодателя с перечнем товаров и услуг и даже с заявками на звонки.

Надо сказать, что оба портала имеют довольно активные Instagram-аккаунты. У [mamaland.by](http://mamaland.by) в Instagram насчитывается 2040 подписчиков и до 80 положительных отметок читателей («лайков») на отдельные информационные сообщения (посты), а у [prodetok.by](http://prodetok.by) 56,6 тысяч подписчиков и до 480 положительных читательских отметок на отдельные информационные сообщения.

Стоит отметить, что на упомянутых информационных порталах общий вектор контента не научно-популярный, а информационно-рекламный, однако, разделы со статьями научно-популярного характера присутствуют.

Российский сайт [chips-journal.ru](http://chips-journal.ru) (название сайта складывается из английских слов *children* и *parents*) позиционирует себя как «издание о

доказательном родителстве». Сайт имеет сложную для читателя структуру, несколько сумбурную подачу материала, пестрый внешний вид, однако информационное наполнение вполне соответствует научно-популярному направлению, хоть и не в той мере, как заявлено в кредо проекта.

Еще один российский сайт n-e-n.ru имеет очень оригинальное название: «Нет, это нормально» – и адресован родителям, сомневающимся в своих силах. Портал позиционирует себя как «1-я онлайн-школа современного родительства и самое честное издание для родителей». Сайт поддерживается финансовыми пожертвованиями и имеет интернет-магазин «Товары для родителей – с юмором и любовью».

Функции научно-популярных СМИ на сегодняшний день выполняют некоторые Instsgram-аккаунты. Наибольшее доверие среди них вызывают аккаунты профильных организаций. Так, примером могут служить savelovskaya и mamadeti.ru uz. Это аккаунты московских клиник «Мать и дитя», находящихся в разных районах города. В их аккаунт имеется много информационных постов, подготовленных специалистами этих учреждений. Подана информация качественно, доступно и ярко. Аккаунт savelovskaya имеет 16,1 тысяч подписчиков и охватывает темы беременности, родов, женского здоровья. Интересно, что аккаунт активно использует медиа-возможности платформы Instsgram, предоставляя своим подписчикам большое количество видео-эфиров со специалистами.

Аккаунт mamadeti.ru uz имеет 18,3 тысяч подписчиков и более широкий тематический охват, по сравнению с savelovskaya: темы беременности, родов, женского здоровья дополняются темой педиатрии. Этот аккаунт по-своему использует медиа-возможности: предоставляет подписчикам лекции специалистов и проводит интерактивные конкурсы.

Еще одна разновидность популярных Instsgram-аккаунтов – страницы Instsgram-блогеров. Это аккаунты людей, не являющихся специалистами в той или иной области, однако в силу своих желаний и возможностей они делятся информацией о детстве и родителстве со своими подписчиками. Так, аккаунт маме\_o\_krohe белорусского блогера Виктории появился в 2020 году и сегодня насчитывает 3,3 тысяч подписчиков. Блог заявлен как «шпаргалка о личном опыте мамы». Виктория старается помогать мамам искать достоверную информацию на ту или иную родительскую тему, иногда совместно со специалистами. Посты оформлены привлекательно, однако темы в постах-статьях представлены или однобоко, или поверхностно.

Аналогичный российский аккаунт nika bolzan (соответствует имени и фамилии женщины-блогера) имеет 209 тысяч подписчиков заявляет широкую тематическую направленность, однако качество

подготовки информационных сообщений оставляет желать лучшего: уровень раскрытия темы и лингвистической подготовки невысокий. Даже в качестве кредо аккаунта представлена фраза с грамматической ошибкой: «Создаю лучшее обучения для родителей».

Еще один популярный Instsgram-аккаунт – mama\_mishonka – россиянки Евгении Пушкаревой имеет 462 тысяч подписчиков и рассказывает «родителям о детях и не только». В информационных сообщениях этого аккаунта, выстроенных часто в разговорном стиле, фактическая информация переплетается с эмоционально-субъективной. Однако такая подача материала находит отклик у широкой публики. Так, пост, посвященный дню рождения дочери Евгении с 5-секундным видео и очень коротким текстом-комментарием получил рекордные для аккаунта 4 558 положительных отметок от подписчиков. Это говорит о сильной эмоциональной привязанности подписчиков к личности блогера и о довольно лояльном отношении их к субъективной информации.

Проанализировав приведенные примеры, можно сделать следующие выводы.

1. Научно-популярные издания на тему детства и родительства сейчас находятся в сложном переходном периоде, трансформируясь в новые формы. Стремительное изменение технических возможностей, изменение индивидуальных способностей восприятия информации, изменение отношения к информации способствуют ускоренному процессу трансформации научно-популярных изданий, и говорить о классификации этих изданий, о формировании их четких видов пока не приходится. Новые, развивающиеся формы пока никак не закреплены современным законом о СМИ, а значит не несут полноценной юридической ответственности за достоверность и качество информации, которую размещают. Можно выделить лишь тенденции, которые могут привести к рождению определенных видов.

2. На сегодняшний момент можно выделить несколько тенденций развития научно-популярных изданий на тему детства и родительства.

Во-первых, это традиционные печатные издания, которые, однако, в силу обстоятельств (в основном, финансовых) на сегодняшний момент уходят от научно-популярного направления в сторону развлекательного, рекламного или литературно-художественного.

Во-вторых, это сайты, позиционирующие себя как порталы для родителей. Здесь нужно отметить, что те порталы, которые создавались изначально в поддержку печатных СМИ, имеют более четкую структуру, более качественную подачу информации и более выраженную научно-популярную стилистику. Порталы же, которые изначально организовывались как самостоятельные интернет-ресурсы, зача-

стую имеют неудобную для читателя структуру, менее профессионально подготовленный информационный материал, менее широкий набор тем для освещения. На таких порталах основной информационный вектор может быть смещен либо в сторону справочного направления, либо рекламного.

В-третьих, это Instagram-аккаунты профильных организаций, работа которых идет непосредственно в сфере детства и родительства. Такие аккаунты имеют, как правило, довольно узкую тематику, ограниченную сферой действия организации, и содержат рекламно-информационный контент, связанный с продвижением услуг данного учреждения.

И в-четвертых, это Instagram-блогеры, гражданские журналисты-любители, которые подают информацию эмоционально и субъективно. Как правило, посты блогеров поверхностны, однобоки, не имеют должной редакторской и языковой обработки. Часто информационные сообщения посвящены личным отзывам об использовании тех или иных товаров, услуг, медикаментов. Однако благодаря своей эмоциональной составляющей находят широкий отклик у читателя с трудностями восприятия обширной аналитической информации и склонного к эмоциональной привязанности.

Стоит надеяться, что в результате трансформационного процесса, который проходят сейчас научно-популярные периодические издания, утвердятся новые виды, целью которых останется популяризация научных знаний, распространение достоверной и важной информации в доступной для широких масс форме.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Савельев, А. С. Научно-популярный дискурс в современной интернет-коммуникации: к постановке проблемы // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2022. № 6(45). С. 702–705.

2. Литке, М. В. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации // Журналистский ежегодник. 2014. С. 59–65.

3. Демченко, П. Н. Медиатизация как фактор повышения интереса к современным научно-популярным СМИ (на примере журналов «Наука и жизнь» и «Популярная механика») // Научный диалог. 2021. № 3. С. 171–189.