

Внеклассное чтение

Текст: Алексей Ходорыч,
главный редактор детского издания «Классный журнал»

Дети — самая взыскательная читательская аудитория. Они остро чувствуют любую фальшь и моментально переключаются на другой предмет, стоит им только повстречать скучного рассказчика. Но это вовсе не означает, что с детьми невозможно разговаривать на серьёзные темы вроде личных финансов.

Издательство «Открытые системы» выпускает два популярных детских издания. «Классный журнал», ориентированный на детей младшего и среднего школьного возраста (до 14 лет), отметил в 2019 году своё 20-летие. Журнал для дошкольников «ПониМашка» выходит с 2007 года. Общий тираж изданий — почти 80 тыс. экземпляров, что позволяет отнести их к числу самых тиражных детских журналов в России.

Нет темы, которой нельзя было бы заинтересовать ребёнка, если использовать правильный подход. В своих изданиях мы пишем о выборе профессии, защите природы, раздельном сборе мусора, безопасности в интернете, психологии общения детей друг с другом, с родителями и учителями, здоровом образе жизни. За комикс «Заповедные истории» в 2017 году «Классный журнал» получил премию «Хрустальный компас» в номинации «Лучшее освещение в СМИ» (организатор премии — Русское географическое общество). А с Всероссийским обществом «Знание» мы сделали совместный экспериментальный проект «Науки против скуки»: методики общества работали с детьми с помощью учебных материалов, подготовленных «Классным журналом».

Не контентом единым

Тема финансового просвещения детей тоже не является для нас новой. Мы затрагивали её в «Классном журнале» в разное время — в 1999 году даже печатали деньги «Классного журнала» («классные рубли»), и этот



проект был очень популярен у наших читателей. Журнал «ПониМашка» в 2015 году выпустил тематический номер про деньги, издательство «Открытые системы» в 2012-м в серии развивающих книг для детей 5–6 лет «Пониматика» издало книгу «Пониматика. Деньги. Экономика — это легко».

Но с 2019 года мы решили уделять финансовой грамотности особое внимание и заняться этим системно: вида, насколько



ко высок стал общий градус интереса к этой теме, мы просто не можем оставаться в стороне. Поэтому решили активно поддержать Всероссийскую неделю финансовой грамотности для детей и молодёжи, которая проходила с 17 по 24 апреля по всей России, и Семейный финансовый фестиваль, состоявшийся на площадке РЭУ им. Г. В. Плеханова 18 мая. Специально к этим мероприятиям мы выпустили номера «Классного журнала» и «ПониМашки», содержащие материалы по финансовой грамотности. А по итогам Всероссийской недели финансовой грамотности создали проект «Комиссары семейных финансов», который отправили на Конкурсную поддержку инициатив в области развития финансовой грамотности. Суть проекта — в активном вовлечении детской аудитории в процесс постижения финансовой грамотности. Взрослым людям, даже если они понимают необходимость записывать все свои траты и планировать покупки, сложно менять привычки. Но здесь в дело вовлекаются их дети и внуки, которые берут под свой контроль фиксирование расходов, заражают взрослых своим энтузиазмом и стремлением постичь азы финансовой грамотности. Для детей это увлекательная игра, но польза для всех членов семьи оказывается вполне реальной. Семья становится устойчивее, её будущее — определённое, а сами члены семьи — успешнее. В конечном итоге это приводит к оздоровлению и улучшению ситуации в стране в целом. Проведение совместных для детей и взрослых обучающих программ фи-

Дети не любят монотонности в подаче информации, поэтому нужно использовать игры, головоломки, квесты, сканворды, тесты, загадки, страшилки, конкурсы

нансовой и компьютерной грамотности является мировым трендом. Поэтому проект «Комиссары семейных финансов» является не только социально значимым, но и современным, перспективным и действенным.

Проект включает в себя несколько составляющих.

Во-первых, речь идёт о публикациях в «Классном журнале» и «ПониМашке». Тематика этих публикаций вряд ли станет новостью для тех, кто уже не первый год занимается просвещением в этой области: планирование бюджета, распоряжение деньгами, безопасность, обязательные и необязательные расходы, для чего нужны банки и как они работают, наличные и безналичные деньги и др. Мы предложим детям ставить перед собой и своей семьёй финансовые и потребительские цели и потом контролировать их достижение. Они станут получать домашние задания, призванные закрепить знания и познакомить с ними других членов семьи. То есть станут настоящими «Комиссарами семейных финансов»!

Во-вторых, планируем создавать мультфильмы и видеопрограммы на тему финансовой грамотности. Мультфильмы для издательства «Открытые системы» — это новое направление, но у нас уже по-



лучается делать их хорошо (с первыми опытами можно ознакомиться на сайте Classmag.ru). Интеграция в печатные издания с помощью дополненной реальности позволит нам привлечь читательскую аудиторию к просмотру и обсуждению видеоконтента.

В-третьих, разумеется, мы будем подкреплять материалы в журналах и мультфильмы встречами с семейной аудиторией и экспертами — для закрепления получен-

ного материала и проведения тестов и соревнований по финансовой грамотности.

В-четвертых, намереваемся проводить опросы, тестирования, конкурсы, викторины, анкетирования и голосования на тему финансовой грамотности.

Наше конкурентное преимущество заключается именно в умении работать с детской аудиторией, которую мы хорошо знаем, поскольку находимся с ней в постоянном контакте.

Непросто, как раз-два-три

Как создавать качественный контент, интересный для детей? Постараюсь здесь сформулировать несколько наших основных принципов.

1 Используйте разные форматы: дети не любят монотонности в подаче информации. Всё должно идти в ход: игры, головоломки, квесты, сканворды, инфографика, тесты, вопросы-ответы, загадки, детективы, страшилки, конкурсы. Один из самых популярных сегодня форматов — комикс: он позволяет рассказать о чём угодно с гарантированным интересом со стороны детей. У нас в «Классном журнале» есть и развлекательные, и образовательные комиксы. Например, вместе со Службой спасения Московской области мы готовим комиксы на тему безопасности, вместе с областным правительством — по раздельному сбору мусора. Отмечу также комикс о нанотехнологиях, который мы недавно создали вместе с Фондом инфраструктурных и образовательных программ «Роснано».

2 Применяйте особую подачу материала. Тут сложно давать практические советы, этому почти невозможно научить. Практика показывает, что подготовка текстов для детей — это совершенно особенный жанр, который даётся далеко не каждому профессиональному журналисту. Ёмко, образно, интересно, с минимумом формализма и канцеляризма — так писать умеют немногие. Здесь всё точь-в-точь как с детской песней: её написать значительно сложнее, чем взрослую. Зато хорошая детская песня наверняка «зацепит» и взрослую аудиторию.

3 Обязательно обеспечьте интерактив и обратную связь. Дети очень охотно участвуют в конкурсах, присылают свои работы, вступают с редакцией в переписку. Они по природе своей нацелены на действие после знакомства с вашим контентом. Придумайте, на что его можно было бы направить!

На всех медиаплатформах

Реализация всего задуманного в области финансовой грамотности для нас ещё впереди. Но уже сейчас, кроме выпусков «Классного журнала» и «ПониМашки» с материалами на тему финансовой грамотности, мы можем похвастаться программой «Классное детство» на радио «МедиаМетрикс» по этой теме. Как пример приведу



Интерактив и обратная связь — главное при общении с детской аудиторией. Дети очень охотно участвуют в конкурсах, присылают свои работы, вступают с редакцией в переписку

выпуск от 20 апреля, гостями которого стали стратегический координатор проекта Минфина России по финансовой грамотности Анна Зеленцова и директор направления «Неделя финансовой грамотности» в АНО «Национальный центр финансовой грамотности» Александр Синцов. Эту программу мы провели в поддержку Недели финансовой грамотности, а вывод из неё можно сделать такой: главная работа ещё впереди, менять финансовые привычки людей очень непросто, нужно это делать комплексно, интегрировано и креативно. И, конечно, без детских журналов тут никак не обойтись. Интернет — это отличный инструмент, понятный и близкий детям. Но управлять вниманием детей в нём непросто. Убеждён, что лишь активное использование в продвижении финансовой грамотности традиционных детских печатных СМИ поможет достижению максимального результата.

У детских изданий «Открытых систем» есть два главных лозунга: «Растим талантливых и умных» — у «ПониМашки», «Журнал полезных развлечений» — у «Классного журнала». Уверен, что активный интерес наших изданий к финансовой грамотности принесёт детям и их семьям огромную пользу. 🙌