

5. Хазен А. М. О термине «действие-энтропия-информация». kirsoft.com.ru [Электронный ресурс]. URL: http://kirsoft.com.ru/intell/KSNews_57.htm (дата обращения: 02.09.2019).
6. Кастельс М., Паркс М., Хаак Б. ван дер. Будущее журналистики: сетевая журналистика // Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с.
7. Иваницкий В. Л. Модернизация журналистики: методологический этюд / М. : Изд-во Моск. ун-та; Ф-т журн. МГУ, 2010. 360 с.
8. Теория журналистики в России / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб. : Алетейя, 2018. 254 с.

МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ БЕЛАРУСИ

Д. М. Старавойтова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
daryana.staravoytova@mail.ru*

В данной статье рассматриваются особенности деятельности молодежных СМИ в современном медиапространстве Беларуси в условиях развития интернет-технологий, глобализации информационного пространства.

Ключевые слова: молодежные СМИ; медиапространство; печатный сегмент; издания для молодежи.

YOUTH MEDIA IN THE MODERN MEDIA SPACE OF BELARUS

D. M. Staravoytova

*Belarusian state University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. M. Staravoytova (daryana.staravoytova@mail.ru)*

This article discusses the features of youth media in the modern media space of Belarus in the development of Internet technologies, the globalization of the information space.

Keywords: youth media; media space; print segment; youth publications.

В настоящее время издания для молодежи – это сформировавшийся элемент общей системы массовой коммуникации. Молодежные медиа призваны приобщать подрастающее поколение к интеллектуальному и духовному потенциалу общества, являться важным каналом передачи

информации от старшего поколения к младшему и одновременно средством коммуникации, позволяющим общаться друг с другом. В то же время возрастает необходимость изучения тенденций развития данного сегмента медиа в современных условиях глобализации информационного пространства.

По данным Министерства информации Республики Беларусь, в 2019 году внутри страны выходит 14 газет и 52 журнала белорусского производства для детей и молодежи. Среди них – республиканские молодежные газеты «Знамя юности», «Чырвоная змена», издания для детей и подростков: газеты «Переходный возраст», «Раніца», «Зорька», журналы «Качели», «Радуга» и «Бярозка». Специальные молодежные издания, а также газеты, которые публикуются в формате вкладыша или приложения, выпускаются и в регионах Беларуси. Так, в Гродненской области в газете «Гродзенская праўда» выходит дополнение «Молодежный курьер», в областной газете «Мінская праўда» – тематический вкладыш «Моладзь Міншчыны», в брестских областных газетах «Народная трибуна» и «Заря» – «Ровесник» и «Мы и время», в районных газетах Гомельской области – «Чечерский вестник», «Добрушскі край».

Тематическая журнальная продукция для молодежи довольно разнообразна. На медийном поле Беларуси выпускаются и журналы для массового читателя с молодежными дополнениями-вкладышами. Например, к 2013 г. в семейном журнале «Гаспадыня» издавалось приложение «Алые паруса»; в женском журнале «Подружка» выходит большая по размерам (5 страниц) рубрика для молодежи под названием «Молодежный квартал». Безусловно, важным является и то, что молодежная проблематика присутствует и на страницах многих неспециализированных изданий. К тому же, на территории Беларуси распространяется и значительное количество религиозных молодежных журналов, например «Ступени» и «Любите друг друга».

Молодежные издания имеют собственную историю возникновения и развития, индивидуальные характеристики. После революции в 1917 г. в СССР была создана новая уникальная система детских и молодежных СМИ, не идеальная, конечно, но благодаря тому, что в стране были ресурсы, чтобы удовлетворить информационные потребности детей и молодежи, периодика была очень популярна и оказывала положительное влияние на воспитание и становление личности. В это время были созданы массовые комсомольская и пионерская организации, которые вели системную культурно-просветительскую и политико-пропагандистскую работу среди подрастающего поколения. Для этих целей в Беларуси функционировала разветвленная сеть молодежной печати [1, с. 23].

Коренные изменения, произошедшие на рубеже веков в жизни страны, оказали значительное влияние на белорусские СМИ, в том числе и молодежные: значительно расширилась проблематика, круг тем, к которым стали обращаться отечественные журналисты. Кроме того, в печатных СМИ для молодежной аудитории можно выделить и достаточного проблемных моментов.

Так, типичная ошибка большинства белорусских молодежных газет – отсутствие ориентации на конкретного читателя. Ни по одному признаку (возрастной, половой, социальной) нет четко выделенной аудитории. Если возрастные границы аудитории четко определены, газета приобретает объект для работы, а значит, ее существование имеет смысл. По данным опроса молодежи, на страницах массовых периодических изданий они не находят, по их мнению, ни достоверной информации, ни актуальных для них тем, газеты не становятся помощниками в решении проблем молодого поколения.

Также существует проблема, которая непосредственно связана с развитием технологий. В СМИ наблюдается отток аудитории, и в особенности аудитории молодежной. Молодые люди больше не обращаются к прессе, чтобы узнать о последних новостях. Они креативно строят свою медиареальность. Периодика теряет целевую аудиторию, а молодежь не получает необходимые ценностные ориентиры. Сегодня мы говорим о системном кризисе журналистики и возникновении нового медиапространства, которое включает в себя блоги, формы интернет-комментирования, самодельные газеты и журналы, фото-, аудио- и видеоконтент, смс-сообщения, мобильные коммуникации и др. Сейчас очень важно правильное и эффективное продвижение молодежной прессы в первую очередь не для получения прибыли, а для сохранения такого вида СМИ на белорусском рынке [2, с. 54].

Сегодня среди молодежи большей популярностью пользуются онлайн-СМИ, которые отличаются более широкими возможностями в подаче информации за счет мультимедийности, интерактивности, гипертекстуальности. Но в интернет-СМИ есть свои недостатки, которые ставят их на уровень ниже печатных изданий. Так, при большом объеме информации, которая публикуется в сети, она носит плохо структурированный и бессистемный характер. При отсутствии навыков работы с поисковыми машинами нахождение в интернете может занимать много времени и не иметь полезного результата. Кроме того, большинство информации в сети не является первоисточником и имеет вторичный характер, что затрудняет процесс получения достоверных и объектив-

ных сведений. Из этого следует, что проблема присутствия молодежной аудитории на страницах современных печатных СМИ является довольно сложной, а более подробное изучение данного вопроса делает выбранную тему интересной и актуальной [3, с. 67].

Если говорить о присутствии молодежной аудитории на страницах общественно-политических изданий, то можно сделать вывод, что в республиканских, областных, районных и городских газетах материалы с молодежным фокусом встречаются редко. Изданиям нужно расширить представленность молодежной проблематики на своих страницах. Мнение молодых людей о будущем печатных СМИ довольно разное, но общим остается мысль о необходимости изменения существующей модели газеты, об увеличении внимания к интернет-версии. Печатные тексты периодических изданий воздействуют на читателей силой художественного и публицистического слова. Поэтому очень важно придерживаться основных этических норм и границ умеренной речевой экспрессивности.

В процессе получения социального опыта современное молодое поколение испытывает на себе влияние множества факторов, формирующих личность. Важную роль в этом принадлежит средствам массовой информации. Через них транслируются образцы поведения, стиль жизни, с их помощью формируются нравственные основы бытия. Исследования по вопросам влияния СМИ на молодежь показали, что современные медиасистемы обращают немного внимания на эту аудиторную группу: на страницах массовых периодических изданий молодые люди не находят, по их мнению, ни достоверной информации, ни актуальных для них тем, газеты не становятся помощниками в решении проблем молодого поколения. Соответственно, вопрос о наличии в Беларуси качественного и вместе с тем способного заинтересовать читателей молодежного издания сегодня остается открытым.

Библиографические ссылки

1. Булацкі Р. В., Сачанка І. І., Говін С. В. Гісторыя беларускай журналістыкі : вучэб. дапам. для факультэтаў журналістыкі. Мінск : БДУ, 1979. 428 с.
2. Гайдамак Д. А. PR-сопровождение молодежных СМИ Санкт-Петербурга: теоретико-методологические основы исследования // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 6 (85). Ч. 2. С. 154–161.
3. Розанов К. А. Молодежная пресса как составляющая студенческой жизни // Известия Саратовского университета. Сер. «Филология. Журналистика». 2009. Т. 9. № 2. С. 80–87.