

## МОЛОДЕЖНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ БЕЛАРУСИ

*А. Д. Маркович*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
markovAD@bsu.by*

Рассматривается молодежная проблематика на страницах традиционной прессы. Сегодня общественно-политическим изданиям уже недостаточно вести аккаунты в социальных сетях, чтобы привлечь молодую аудиторию.

**Ключевые слова:** молодежь; молодежная проблематика; проблематика СМИ; общественно-политическая пресса.

## YOUTH ISSUES IN THE SOCIO-POLITICAL PRESS OF BELARUS

*A. D. Markovich*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: A. D. Markovich (markovAD@bsu.by)*

Youth issues are considered on the pages of the traditional press. Today, it is no longer enough for socio-political publications to maintain accounts on social networks in order to attract the youth audience.

**Key words:** youth; youth issues; media issues; socio-political press.

За последнее десятилетие модель медиапотребления аудитории принципиально изменилась. Согласно данным социологического исследования «Беларусь. Мнение о будущем» аналитического центра ЕсооМ, проводимого в 2021 году, белорусы получают информацию о происходящих в стране событиях из республиканских телевизионных каналов (22 %) и интернет-СМИ (21,7 %). Популярность печатных изданий при этом резко снизилась: 7,3 % респондентов указали приоритетными новостными источниками республиканские газеты и журналы, 6,5 % –

местные газеты и журналы [1]. При этом все более заметным становится разрыв предпочтений в выборе СМИ по критерию возраста аудитории. Среди респондентов возраста 18–31 год более 90 % получают информацию в интернет-изданиях, менее 6 % отдают предпочтение печатной прессе. Таким образом, старая аудитория печатных СМИ уходит, а новая не отдает предпочтение традиционным видам прессы.

Следует отметить, что сегодня значительно улучшилось представление печатной прессы в цифровом пространстве. Так, у холдингов «СБ. Беларусь сегодня» и «Звезда» имеются интернет-редакции, которые занимаются ведением порталов. Сами сайты не являются веб-версиями печатных изданий, а наполняются уникальным контентом. Материалы газет, размещаемые в сети, адаптируются под интернет-формат. Издания представлены в основных социальных сетях: «ВКонтакте», Instagram, Facebook, Twitter, YouTube. Однако сегодня недостаточно просто присутствовать и обновлять аккаунты – для удержания интереса молодой аудитории, для которой привычно получать информацию с помощью соцсетей, необходимо комплексно подходить к вопросам оформления аккаунта, проработки контент-плана, создания вовлекающих видео и использования новых форматов продвижения. Необходимо введение в штат профессиональных SMM-специалистов. Отметим, что главные общественно-политические издания не представлены в быстрорастущей и одной из самых популярных социальных сетей TikTok.

Спрос аудитории находится там, где есть релевантный и интересный ее контент. Что интересует молодежь сегодня? Чаще всего содержательную модель молодежных изданий составляют следующие тематические составляющие: отношения с противоположным полом, с родителями, любовь, психология, заработок денег и проблемы трудовых отношений, проблемы молодой семьи, компьютерные игры и другие увлечения, вопросы здоровья, осознанного потребления, экологии, любого рода развлечения. Е. А. Власова отмечает: «Печатные СМИ, ориентированные на определенные тематики, такие как патриотизм, религиозное воспитание или о вреде здоровью, не получают активного отклика от молодого потребителя, об этом можно судить из-за небольшого тиража изданий и количества подобных СМИ. Но зато журналы и газеты, посвященные модным культурным тенденциям, жизни девочек, Интернету и компьютеру, а также тайнам Вселенной, широко и активно принимаются молодежью» [2]. Современные молодые люди также

активно интересуются политической жизнью страны. Но упора на данную тематику сегодня недостаточно, чтобы сформировать устойчивый интерес к изданию.

Таким образом, для того, чтобы заинтересовать новую молодую аудиторию, современным общественно-политическим изданиям необходимо решить две равноценные задачи: увеличивать количество материалов о молодежи и для молодежи, дистрибутировать контент удобным для нее способом в популярные социальные сети.

### Бibliографические ссылки

1. Основными источниками получения информации белорусы назвали республиканское ТВ и интернет-СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/society/view/osnovnymi-istochnikami-poluchenija-informatsii-belorusy-nazvali-respublikanskoe-tv-i-internet-smi-475296-2021> (дата обращения: 09.09.2022).
2. *Власова Е. А.* Газета, телевизор, книга. Представители медиасообщества – о перспективах развития индустрии // Российская газета. 2007. Федеральный выпуск № 4310.