

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

СЮЭ Цзина

**МОЛОДЕЖНЫЕ МЕДИА БЕЛАРУСИ И КИТАЯ: СТРУКТУРНО-
ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель –
ст. преподаватель
Смирнова Е.А.

Допущена к защите

«___» 2024 г.

Заведующий кафедрой периодической печати
и веб-журналистики, доктор филологических наук,
доцент С.В. Харитонова

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
ABSTRACT.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 МОЛОДЕЖНЫЕ МЕДИА: ИСТОРИЯ, ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА.....	7
1.1 История развития молодежных средств массовой информации Китая.....	7
1.2 История развития молодежных средств массовой информации в Беларуси.....	14
ГЛАВА 2 СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖНЫХ МЕДИА В БЕЛАРУСИ И КИТАЕ.....	21
2.1 Типология молодежных средств массовой информации в Китае.....	21
2.2 Молодежные медиа Беларуси: типология, тематические приоритеты.....	31
ГЛАВА 3 МОЛОДЕЖНЫЕ ИЗДАНИЯ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА.....	38
3.1 «Китайская молодежная газета» как пример молодежного издания..	38
3.1.1 История «Китайской молодежной газеты».....	38
3.1.2 Тематические приоритеты «Китайской молодежной газеты».....	40
3.2 Белорусская молодежная газета «Знамя юности» и ее роль в воспитании молодежи.....	48
3.2.1 История газеты «Знамя юности».....	48
3.2.2 Типология молодежных проблем на страницах газеты.....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	64

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы – 76 страниц.

Количество источников – 54.

Приложение – 1 .

Ключевые слова – МОЛОДЕЖНЫЕ МЕДИА, «КИТАЙСКАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ГАЗЕТА», «ЗНАМЯ ЮНОСТИ», КИТАЙ, БЕЛАРУСЬ, СТРУКТУРНЫЕ ТИПЫ, МОЛОДЕЖНАЯ АУДИТОРИЯ.

Объект исследования – китайские и белорусские молодежные медиа в системе медиа.

Предмет исследования – Молодежные медиа Беларуси и Китая: структурно-типологические особенности.

Цель исследования – понять структурные и типологические характеристики молодежных медиа на основе изучения репрезентативных примеров молодежных медиа в Беларуси и Китае.

Методы исследования – контент-анализ, систематизация, обобщение, сопоставительный метод.

Полученные результаты и их новизна – Понять историю, структуру, типичные черты и функции молодежных медиа и сделать выводы о влиянии молодежных медиа, проанализировав молодежные медиа в двух странах. Новизна заключается в сравнении деталей «Китайская молодежная газета» и «Знамя юности».

Достоверность материалов и результатов дипломной работы – Теоретической основой диссертации являются труды отечественных и зарубежных ученых в области медиа и культуры Богданова А. А, Жарашуева А. Э, Слуга О. Г, Гун Чэнбо, Тонг Бинг, Чжу Хайсун и др.

Область возможного практического применения – Сфера журналистики и молодежных медиа.

ABSTRACT

Length of paper – 76 pages.

Sources – 54

Appendix – 1

Keywords – YOUTH MEDIA, «CHINA YOUTH DAILY», «YOUTH BANNER», CHINA, BELARUS, TYPE OF STRUCTURE, YOUTH AUDIENCE.

Object of research-Chinese and Belarusian youth media in the media system.

Subject of the research-Youth media in Belarus and China: structural and typological characteristics.

The purpose of the research is to understand the structural and typological characteristics of youth media based on the study of representative examples of youth media in Belarus and China.

Research methods - content analysis, systematization, generalization, comparative method.

Reliability of thesis materials and results - The theoretical basis of the thesis is cited in the works of national and international scientists in the field of media and culture Bogdanov A. A, Zharashuev A. E, Sluka, O. G, Gong Chengbo, Tong Bing, Zhu Haisun and others.

The results obtained and their novelty - through the analysis of youth media in two countries, we understand the history, structure, typical features and functions of youth media and draw conclusions about the impact of youth media. The novelty consists in comparing the specific details of the China Youth Daily and the Youth Banner.

Possible areas of practical application - the field of journalism and youth media.

ВВЕДЕНИЕ

В современную цифровую эпоху средства массовой информации стали важным мостом, соединяющим разные страны и культуры по всему миру. Будучи двумя странами с богатой историей и традициями, Беларусь и Китай демонстрируют уникальные структурные и типологические особенности молодежных медиа. Молодежные медиа не только отражают культурные тенденции и эстетические потребности современных молодежных групп, но и оказывают важное влияние на социальные тенденции мышления и ценности.

Посредством анализа молодежных медиаплатформ в двух странах выявляются их сходства и различия в представлении контента, методах коммуникации, группах аудитории и т.д. Характеристики, воплощенные в молодежных медиа, несомненно, отражают особенности культурных традиций и этапов социального развития стран.

Проводя сравнительные исследования молодежных медиа в Беларуси и Китае, можно лучше понять динамику и тенденции развития медиа в различных культурных контекстах, способствовать межкультурному обмену и взаимопониманию, расширить пространство для развития молодежных медиа в условиях глобализации и вдохновить на создание молодежной культуры в Беларуси в эпоху цифровых медиа. Глубокий анализ даст возможность ощутить потенциальные возможности медиа в условиях межкультурной интеграции.

Актуальность темы дипломной работы. С развитием глобальных информационных технологий молодежные СМИ становятся все более влиятельными. В глобальном масштабе молодые люди являются основными пользователями интернета. Они получают информацию, выражают свои взгляды и участвуют в решении социальных вопросов через новые медиаканалы. Исследование структурных характеристик молодежных СМИ не только поможет понять их внутренний механизм функционирования, но и сформулировать политику и стратегии в области средств массовой информации, которые в большей степени соответствуют потребностям молодежи.

Объектом исследования являются молодежные медиа Беларуси и Китая («Китайская молодежная газета» и «Знамя юности»).

Предмет исследования – структурно-типологические особенности молодежных СМИ Китая и Беларуси.

Цель работы – выделить структурно-типологические особенности молодежных медиа на основе изучения репрезентативных примеров молодежных медиа в Беларуси и Китае.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Изучить историю молодежных СМИ в Беларуси и Китае
2. Определить особенности и функции молодежных изданий.
3. Проанализировать жанрово-тематическое разнообразие молодежной прессы Китая и Беларуси.
4. Выявить потенциал молодежных медиа для углубления межкультурной интеграции.

Методы исследования – контент-анализ, систематизация, обобщение, сопоставительный метод.

Теоретической основой диссертации являются научные труды отечественных и зарубежных ученых в области медиа и культуры Богданова А. А, Жарашуева А. Э, Слуга О. Г, Харитоновой С.В., Гун Чэнбо, Тонг Бинг, Чжу Хайсун и др.

Структура дипломной работы. Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Новизна данной работы заключается в том, что она посвящена исследованию перспектив и уникальных взглядов на характеристики типов структуры молодежных медиа. Работа не ограничивается традиционными рамками исследования, сравниваются эволюционирующие характеристики молодежных медиа в разные времена и в разных контекстах.

Практическая значимость данной дипломной работы заключается в том, что в работе не только раскрываются новые интерпретации существующих теорий в изучении структурных типов молодежных медиа, но и проводится эмпирический анализ, основанный на реальных случаях, с целью предоставления ценных ссылок для теоретических построений и практических инноваций в смежных областях. Мы ожидаем, что данное исследование вдохновит обратить внимание на динамичные изменения молодежных медиа и поможет практикам индустрии принимать более обоснованные стратегические решения в условиях перемен.

ГЛАВА 1

МОЛОДЕЖНЫЕ МЕДИА: ИСТОРИЯ, ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Изучая и сравнивая историю молодежных медиа Китая и Беларуси, мы можем обнаружить общие черты в развитии молодежных медиа разных стран, а также оценить проблемы и возможности, с которыми сталкиваются молодежные группы в различных культурных контекстах. Это поможет нам лучше понять и осознавать важность молодежных медиа, а также послужит ориентиром и источником вдохновения для будущего развития молодежных медиа.

В этой главе мы рассмотрим историю молодежных медиа Китая и Беларуси, обсудим их исторические изменения и ощутим влияние истории и жизненную силу того времени. Изучая историю молодежных медиа в Китае и Беларуси, мы можем лучше понять важную роль молодежных медиа в социальном прогрессе и культурном наследии, а также то, как развивать мысли и идеологии молодежных групп в разнообразной медиасреде.

1.1 История развития молодежных средств массовой информации Китая

В последние годы наступила эпоха стремительного развития цифровых технологий и медиа. Средства массовой информации стали вездесущей силой. Они глубоко влияют на наше мышление и могут даже формировать наше поведение. Являясь одним из наиболее важных компонентов медиасистемы, молодежные медиа предоставляют молодому поколению возможность самовыражения и платформу для понимания мира. В эту эпоху информационного взрыва, как молодому человеку, который собирается работать в медиаиндустрии, нам необходимо понять и узнать об истории развития молодежных медиа в разных странах, а также почувствовать их влияние на молодежную аудиторию.

Китай и Беларусь – две разные страны, и обе страны имеют уникальные исторические корни и культурные традиции. Являясь одной из самых густонаселенных стран мира, Китай отличается многочисленным и разнообразным молодежным населением. Беларусь, как страна на европейском континенте, также имеет свою уникальную социальную среду и культурную атмосферу. Историческое развитие молодежных медиа в двух странах имеет

свои особенности, которые достойны углубленного изучения студентами-журналистами.

Первые молодежные медиа в Китае появились в начале XX века, это был период подъема китайского нового культурного движения. Движение за новую культуру (The New Culture Movement) – идеологическое освободительное движение против феодализма, инициированное некоторыми передовыми интеллектуалами в Китае в начале XX века. Его основным лозунгом является поддержка «Мистер Де» и «мистер Сай» (согласно китайскому произношению), то есть продвижение демократии и науки [16]. Новое культурное движение стало идеологической революцией с далеко идущими последствиями. Эта революция пропагандировала демократию, науку, просвещение и культурную диверсификацию, которые оказали значительное влияние на китайское общество и культуру того времени. В этот период группа молодых интеллектуалов, которые были полны решимости изменить традиционные концепции и способствовать социальным переменам, одна за другой вступали на путь революции, распространяя и пропагандируя новые направления мысли посредством текстов, публикаций и т.д.

Можно сказать, что самым ранним и наиболее представительным молодежным медиа в Китае является журнал «Новая молодежь», который был основан Чэнь Дусю, одним из главных основателей Коммунистической партии Китая и главным лидером партии на раннем этапе.

15 сентября 1915 года в Шанхае был основан «Молодежный журнал» (первоначальное название «Новая молодежь»). 6 выпусков были объединены в один том, первый том назывался «Молодежный журнал». Чэнь Дусю стал главным редактором, а Ли Дацжао, выдающийся китайский пролетарский революционер, – основным автором, также он участвовал в редакторской работе (Рисунок 1, с. 64).

Вступительная речь Чэнь Дусю «К молодежи» стала программной статьей издания: «Три составляющие «теории прав человека», «биологической эволюции» и «социализма» являются характеристиками современной цивилизации». Для достижения этих трех составляющих социальной реформы ключ лежит в самосознании и обновлении нового поколения молодых людей [7].

Он призвал молодых людей выступать за свободу, прогресс и науку, иметь мировоззрение и делать упор на реализацию и предприимчивость. Он подытожил причины силы современной Европы и выразил уверенность в том, что права человека и наука – это два колеса, которые движут прогресс социальной истории. Таким образом, прежде всего, в Китае были подняты два

знамени – науки и демократии. Основание «Новой молодежи» стало знаком подъема нового культурного движения, а статья «К молодежи» стала декларацией Нового культурного движения» [7].

1 сентября 1916 года «Молодежный журнал» сменил название на «Новая молодежь», опубликовал первый номер второго тома и перевел редакцию из Шанхая в Пекин. Чэнь Дусю опубликовал статью «Новая молодежь» в первом номере после смены издания, в которой призвал молодых людей быть «новой молодежью». Он предположил, что критериями для «новой молодежи» являются: «Физиологически сильное тело; психологически – это «отказ от идеи стать чиновником и сколотить состояние», а также «развитие внутренней картины личности, внешняя картина способствует развитию группы»; создавайте счастье, полагаясь на собственные силы, но «не наносите вреда национальному обществу личным счастьем» [44].

В то же время выдающиеся китайские писатели, такие как Ли Дацжао, Лу Синь и Ху Ши, стали основными авторами журнала (Рисунок 2, с. 64). После того как преподаватель Цай Юаньпэй стал президентом Пекинского университета, он пригласил многих молодых ученых с новыми идеями преподавать в школе. Таким образом, «Новая молодежь» и Пекинский университет стали основными позициями Нового культурного движения (Рисунок 3, с. 65).

Интеллигентская молодежь объединилась вокруг журнала «Новая молодежь», высоко подняв знамена демократии и науки, яростно атаковала феодальные ретро-силы со стороны политических взглядов, академической мысли, этики, литературы и искусства. Они сосредоточились на борьбе с доктриной Конфуция, которая лежала в основе идеи сохранения феодально-автократического правления, и положили начало тенденции «разрушения семейного магазина Конг». Они также выступают за равенство между мужчинами и женщинами и освобождение личности. С 1917 года они подняли знамя «литературной революции», выступая ввза новую литературу, против старой классической литературы [44].

С развитием Нового культурного движения «Новая молодежь» стала идеологическим руководящим центром Нового культурного движения, а также центральным изданием, выступающим против феодализма и за демократическую революцию [7]. Это еще одно доказательство того, что история китайских молодежных СМИ только начинается.

Из-за того, что в шанхайском журнале «Новая молодежь» печатались «Классовая борьба», «На пути к свободе» и другие отрывки из революционных

книг, журнал был принудительно закрыт в июле 1922 года, всего вышло 9 томов по 6 номеров, затем перешел на ежеквартальное издание. А в июле 1926 по политическим причинам выход журнала был окончательно приостановлен [34] (Рисунок 4, с. 65).

«Новая молодежь», первый представительный журнал молодежных медиа в Китае, издавался во время важного исторического перехода от конца старой демократической революции к началу новой демократической революции в Китае. Занимая радикальную позицию, он присоединился к революционной тенденции противостояния феодальным культурным идеям и традициям до и после Движения четвертого мая и стал важной позицией для идеологической и литературной революции четвертого мая. Статья «К молодежи», опубликованная в учредительном номере «Новой молодежи», содержала шесть надежд для молодежи: «Автономная, а не рабская» и «Научная, а не мнимая», которые содержали зародыш идеи противостояния феодализму с двумя основными идеями «демократии» и «науки» в качестве оружия. Шесть надежд уже содержали зародыш двух идей «демократии» и «науки» в качестве оружия против феодализма [7].

После «Новой молодежи» молодежные медиа в Китае постепенно диверсифицировались и развивались, и в 1920-1930-е годы был запущен ряд молодежных журналов, таких как «Beijing Youth Daily» и «China Youth», которые сыграли важную роль в распространении современных культурных тенденций в Китае. Эти молодежные издания не только освещали текущие события и комментировали культуру, но и способствовали социальным изменениям и привносили новую энергию в процесс модернизации Китая.

Старейшие из сохранившихся журналов материкового Китая также появились в этот период. Журнал «Китайская молодежь», основанный 20 октября 1923 года и представляющий собой репрезентативное издание китайских молодежных медиа с 1920-х по 1990-е годы, является старейшим красным периодическим изданием, основанным Коммунистической партией Китая (КПК) и до сих пор пользующимся широким влиянием. Будучи органом Центрального комитета Лиги коммунистической молодежи, «Китайская молодежь» ставит целью своего издания «служить росту молодежи и содействовать движению общества вперед», а также выполняет важные обязанности по распространению идеологических идей и предложений Коммунистической партии, пропаганде ключевой работы Лиги коммунистической молодежи, служению здоровому росту молодежи, созданию благоприятной среды для общественного мнения и т. д. В ней отражаются

духовные искания молодежи Китая в разные периоды истории. Лэй Фэн, Ван Цзе, Хуан Цзигуан, Хао Цзяньсюй, Чжан Хайди, Дин Сяобин, Ду Фугуо, Чжан Сяоцзюань, Ван Лян и другие выдающиеся образцы молодежи стали достоянием сотен миллионов читателей в Китае благодаря «Китайской молодежи» (Рисунок 5, с. 67).

«Китайская молодежь» освещает многие актуальные темы в обществе, обсуждает различные вопросы, волнующие молодежь, такие как учеба, организационная деятельность, брак и любовь, школьная неуспеваемость, безработица и т. д., критикует нездоровые мысли и обычаи, направляет молодежь на изучение работ Маркса и Ленина и старается соответствовать особенностям молодежи, представляя колонки критики, комментарии по текущим вопросам, обзоры книг и газет, искусства и письма. Текст легко воспринимается, стиль написания острый, с карикатурами и иллюстрациями. Журнал придавал большое значение общению с молодыми читателями, публиковал их мнения и постоянно совершенствовал свою работу, благодаря чему стал самым популярным изданием среди молодежи и широко распространялся среди нее. Однако под влиянием политических факторов в октябре 1927 года издание было приостановлено, вышло 170 номеров и максимальным тиражом 30 000 экземпляров, что оказало значительное влияние на молодежь. В 1939-1948 годах издание дважды возобновлялось, что стало глубокой идеологической памятью целого поколения молодых людей.

В 1963 году по приглашению журнала «Китайская молодежь» национальный лидер Мао Цзэдун собственным почерком написал надпись «Учимся у товарища Лэй Фэна». В марте распространение журнала достигло беспрецедентного уровня: по всей стране было напечатано 1,18 миллиона дополнительных экземпляров, а местные комитеты Лиги молодежи перепечатали еще 2,07 миллиона. После того как в 1965 году Мао Цзэдун в третий раз вписал название «Китайская молодежь», статус журнала как медиа для молодежи в то время стал практически беспрецедентным.

В мае 1980 года крупная дискуссия, потрясшая целое поколение молодежи, вновь сделала его легендарным. Даже с сегодняшней точки зрения «Дискуссия Пань Сяо» не сравнится с «громом» в медиаиндустрии, который потрясает сердца молодых людей. А тогда провести подобную дискуссию на тему «почему дорога жизни становится все более узкой» было не чем иным, как пиром идей и духовным просветлением, а «Китайская молодежь» еще и сотворила чудо, разойдясь тиражом в 4 миллиона экземпляров текущего номера [28].

В 1989 году «Китайская молодежь» впервые инициировала конкурс «Десять выдающихся молодых людей Китая», и в результате массового голосования Чжан Имоу, Сян Сяопин, Ни Вэйпин, Ли Чанг, Фэн Чангэн, Оуян Дэпин, Ван Цзянь, Пань Хун, Лю Ци и Ян Вэньи были выбраны в качестве первых «Десяти выдающихся молодых людей». Это также важное историческое событие в молодежных медиа Китая, помогающее всему китайскому обществу оптимизировать условия для роста и успеха молодых людей, а также способствующее усилиям Китая по выращиванию большего количества молодых талантов, адаптированных к потребностям социалистической модернизации и строительства.

Журнал «Китайская молодежь» последовательно завоевала первую и вторую Национальную премию в области периодической печати и занял уникальное место в истории китайских периодических изданий.

В 1990-е годы молодежные медиа Китая переживали бурное развитие и стали важной платформой для распространения мнений молодых людей и формирования их мышления. В этот период, с популяризацией интернет-технологий и появлением цифровых медиа, перед китайскими молодежными медиа открылись новые возможности и вызовы для развития.

4 мая 1999 года был официально открыт Китайский молодежный интернет-ресурс (China Youth Net), центральный новостной сайт, созданный Центральным комитетом Коммунистической лиги молодежи. Китайская молодежная сеть - крупнейший молодежный сайт в Китае. Лига коммунистической молодежи использует элементы сетевой культуры, чтобы привлечь нового носителя молодежи и направить молодых людей по новому пути (Рисунок 6, с. 67).

Китайская молодежная сеть полностью удовлетворяет культурные, психологические, эмоциональные и предпринимательские потребности молодых людей и оказывает мощную поддержку Лиге молодежи в интеграции молодых людей с помощью новых медиа. Имея более 400 подсайтов и более 2 000 рубрик, Китайская молодежная сеть использует различные средства, такие как текст, изображения, анимация, аудио и видео, форумы, блоги, микроблоги, мобильные телефоны, прямые онлайн-трансляции и т. д. Опираясь на богатые ресурсы Центрального комитета Коммунистической лиги молодежи, Китайская молодежная сеть ежедневно предоставляет читателям по всему миру богатый и красочный спектр информации в различных областях, таких как политика, экономика, общество, культура, развлечения, мода, образование, психология и т. д. [27].

Колонки «Сеть молодежного патриотизма», «Сеть молодежной идеологии и морали», «Душа нации», «Китайская кровь», «Западная программа» и другие стали колонками китайского интернет-бренда.

Как крупнейший в Китае комплексный веб-сайт с молодежью в качестве целевой аудитории, колонки Китайской молодежной сети «Сеть молодежного патриотизма», «Сеть молодежной мысли и морали», «Сеть западной программы обслуживания студентов колледжей», «Сеть дома сельских чиновников колледжей», «Душа нации» и «Кровь, выкованная в Китае» представляют собой табличку группы сети Центрального комитета Коммунистической лиги молодежи, которая стала важным мостом для публикации важных новостей, авторитетного толкования политики и правил, а также общения с молодежью.

В настоящее время Китайская молодежная сеть сосредоточена на создании мультимедийной оригинальной интерактивной системы Web 2.0, мобильной молодежной газеты, сетевого радио, сетевого телевидения, мобильного телевидения, платформы Интернет-услуг для работы кадров Коммунистической молодежной лиги с мобильного телефона и других новых медиауслуг, что значительно расширяет возможности Коммунистической молодежной лиги по обслуживанию молодежи. В то же время Китайская молодежная сеть и Сеть Коммунистической лиги молодежи Китая были объединены и обновлены. Обновленная сеть Китайской молодежи стала более модной, интерактивной и идеологической. Активно фокусируясь на создании микроблогов, форумов и других киберпространств для удовлетворения потребностей молодых людей, укрепляя общение и взаимодействие, она создает социальную платформу для молодежи; энергично продвигая основные ценности и распространяя рациональные и прогрессивные идеологические предложения, она создает духовную платформу для руководства молодыми людьми. В то же время, разумно интегрируя молодежные новости и информационные каналы Лиги молодежи, они реализуют органичное слияние того, что делает организация Лиги, и того, что хочет молодежь, чтобы построить коммуникационную платформу для Лиги и молодежи в целом.

В настоящее время, с бурным развитием мобильного интернета, появилось множество молодежных медиа, основными носителями которых являются короткие видеоролики и социальные сети. Например, молодежные медиа «Молодежный дайджест плюс» и «Голос молодежи» стали для молодежных групп важным каналом получения информации и выражения своего мнения через платформы микроблогов, джеттеринга и публичный номер «WeChat», которые выпускают контент в легкой и интересной форме, привлекая

внимание большого количества молодых пользователей. Благодаря новаторской подаче и формам контента, они возглавили новую культурную тенденцию и сформировали ценности и эстетику многих молодых людей.

Китайские молодежные медиа после 1990-х годов демонстрируют тенденцию диверсификации и открытости. Они не только распространяют информацию, но и, что более важно, стимулируют творчество и участие молодежных групп, оказывая молодым людям важную поддержку в их стремлении играть более активную роль в общественной жизни. В будущем, с постоянным прогрессом науки и техники и меняющимися потребностями общества, китайские молодежные медиа продолжат внедрять инновации, придавая еще больше сил и импульса росту и развитию молодежи.

Подводя итог, можно сказать, что, изучив историю молодежных медиа в Китае, мы можем увидеть положительную роль молодежных медиа в содействии развития молодых людей. В будущем молодежные медиа Китая также должны будут постоянно адаптироваться к социальным изменениям и технологическому прогрессу, предоставлять более глубокий и качественный контент, направлять молодых людей на формирование правильных ценностей и мировоззрения, а также способствовать прогрессу и развитию Китая в целом.

1.2 История развития молодежных средств массовой информации в Беларуси

На историческое развитие молодежных медиа в Беларуси также в значительной степени повлияла революция в стране. Как и китайские молодежные медиа, белорусские молодежные медиа – это не только средство передачи информации, но и канал для развития идей и культуры молодых людей. Оглядываясь на историю Беларуси, можно заметить, что белорусские молодежные медиа прошли через несколько этапов изменений.

В 1917 году в Беларуси произошло знаковое событие, оказавшее сильное влияние на общественно-политическое устройство в стране, – Октябрьская революция. В следующем году, 25 марта 1918 года, парламент Белорусской Народной Республики провозгласил независимость Белорусской Народной Республики в своих границах [30]. Эти два важных события оказали глубокое влияние на белорусскую журналистику.

В этот период в Беларуси произошли политические потрясения и исторические преобразования, изменились форма и содержание прессы.

На фоне принятия Народным Собором 9 ноября 1917 года Декрета о печати [37] традиционные медиа были пересмотрены и реструктурированы, в то время как новые средства массовой информации и формы с характерными чертами национальной революции продолжали появляться. Изменился и контроль государства над новостной индустрией: были разработаны и внедрены новые правила и системы работы с прессой. Эти изменения не только повлияли на идеологическое и мейнстримовое направление журналистики, но и создали фундаментальные предпосылки для белорусских молодежных медиа.

В этот период была основана первая белорусская организация молодежного характера. В статье «ДОСЬЕ: 100 лет ВЛКСМ: создание комсомола Беларуси», опубликованной СМИ БелТА 3 сентября 2018 года, говорится: «*Первые союзы рабочей молодежи на территории Беларуси возникли летом 1917 года в Минске и Витебске. Представители из Беларуси присутствовали на I Всероссийском съезде союзов рабочей и крестьянской молодежи (29 октября – 4 ноября 1918 года), на котором был образован Российской коммунистический союз молодежи (РКСМ). После съезда начался активный рост рядов союза в Беларуси. Губернские и уездные комитеты Российской коммунистической партии (большевиков) организовывали из молодых коммунистов инициативные группы, которые стали ядром новых комсомольских организаций, возникших в 1918 году в Витебске, Могилеве, Минске, Бобруйске, Мозыре»* [17].

На фоне этой истории начал вырисовываться прообраз белорусского комсомола. В результате политических изменений и по другим причинам 24 сентября 1920 года был официально создан Белорусский комсомол (10 июня 1924 года он был переименован в Белорусский ленинский коммунистический союз молодежи «ЛКСМБ»).

Это стало началом исторического развития молодежных медиа в Беларуси. Первое белорусское молодежное издание «Факел коммунизма» было напечатано и издано Белорусским ленинским коммунистическим союзом молодежи (ЛКСМБ) (Рисунок 7, с. 68).

«Факел коммунизма» вышел в свет 2 марта 1919 года. Первый номер «Факела коммунизма» был издан в Вильнюсе, второй и третий – в Минске и являлся совместным органом Центрального и Минского комитетов организации. Его редактирует Грифенбергис [50].

В истории развития молодежных медиа в Беларуси издание «Факел коммунизма» занимает особое место. Тематика издания почти всегда затрагивала темы революции, военного дела. Содержание издания раскрывало

некоторые сведения об истории молодежного движения, жизни пролетариата, а также об обязанностях молодежи той эпохи и ее ожиданиях. Кроме того, издание содержало множество художественных произведений, стихов и рассказов, созданных самой молодежью. Из этого можно сделать вывод, что в те времена люди были озабочены не только большими делами, такими как национальная революция, но и поддерживали творчество и способность молодежи выражать свои идеи. Даже в XX веке молодежные медиа были такими же, как и сегодня, где публикации были не только платформой, но и средством поощрения участия молодежи в дискуссиях на культурные, художественные и социальные темы. Запуск «Факела коммунизма» положил начало белорусской молодежной прессе.

Историческое развитие молодежных медиа пришлось на период восстановления народного хозяйства Беларуси после выхода в свет «Факела коммунизма». В этот период государство призывало народ сделать все возможное, чтобы быстрее разрешить некоторые ситуации, вызванные войной, восстановить промышленность, транспорт и сельское хозяйство, и в то же время уделить больше внимания воспитанию молодежи, которая представляла собой надежду на будущее страны [6].

Начиная с 1921 года, с развитием образования молодежи, государство поощряло молодых людей учиться и приобретать профессиональные знания, необходимые для народного хозяйства [8]. Молодежные медиа в Беларуси взяли старт, появились первые молодежные издания: «Красная смена», «Юный пахарь», «Малады араты», «Набат молодёжи», «Молодежь Белоруссии» и так далее.

Одним из наиболее представительных молодежных изданий стала политически и культурно значимая белорусская газета «Чырвоная змена» (Рисунок 8, с. 68).

«Чырвоная змена»— старейшая белорусская молодежная газета с богатой историей, прекрасными культурными традициями и стилем. Изданию уже более 100 лет. При этом в годы Отечественной войны редакция газеты выпустила 42 номера тиражом 1 000 экземпляров [40]. С 1921 по 2002 год газета была самостоятельным изданием. С 2002 года является приложением к газете «Звязда» [21].

Первый номер газеты вышел 21 апреля 1921 года (во время II съезда белорусского комсомола) под названием «Чырвоная змена». Заголовок газеты гласил: *«Сёння выходзіць першы нумар газеты рабоча-сялянскай моладзі «Чырвоная змена». Нягледзячы на ўсе неспрыяльныя ўмовы, у якіх знаходзіцца*

Савецкая рэспубліка, нягледзячы на цяжкае гаспадарчае становішча, моладзь Беларусі мае свой орган»[41].

Можно сказать, что газета создала молодежную структуру в процессе становления социалистического общества в XX веке, а в истории молодежных медиа Беларуси «Чырвоная змена», несомненно, является знаковым явлением. Газета не только предоставила белорусской молодежи той эпохи площадку для высказываний и обучения, но и стала важным инструментом документирования, руководства и просвещения. Так, например, сообщения о поощрении творческой деятельности, научной работы, организации мероприятий в деревнях и воинских частях были положительно восприняты молодыми читателями, и «Чырвоная змена» стала одним из основных изданий Комсомольской лиги молодежи.

На протяжении всей истории Беларуси молодежь была первоходцем в деле социальных перемен. И появление «Чырвонай змены» не только дало молодым людям знания и информацию, но и заставило их задуматься о жизни, идеалах, обществе и других вопросах. Именно под руководством таких идей молодые люди в Беларуси смогли лучше понять себя, свою страну и общество, а значит, внести свой вклад в прогресс общества. Именно это делает молодежные медиа столь важными для современной журналистики.

До сегодняшнего дня «Чырвоная змена» продолжает активно работать в белорусской журналистике, став национальным молодежным медиа Беларуси. Страницы газеты по-прежнему посвящены молодежи, на них часто публикуется интересная информация о практической деятельности молодежных организаций.

В статье ««Чырвонай змене» – 100!», опубликованной СМИ «БелДрук», рассказывается о деятельности газеты. Председатель Постоянной комиссии по правам человека, межнациональным отношениям и средствам массовой информации Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь, депутат Валентина Рожанец высказала свое мнение: *«Я считаю, что сочетание мудрости «Звязды» и молодости «Чырвонки» позволяет как молодым людям быть в курсе всех событий, происходящих в нашей стране, так и людям постарше узнавать то, что интересует сегодняшнюю молодежь»*[42]. Это лишний раз доказывает, что «Чырвоная змена» – это не только знаковое присутствие в истории, но и отличное молодежное медиа, которое заслуживает глубокого понимания и изучения.

В годы третьей пятилетки (и накануне Великой Отечественной войны) белорусские молодежные медиа получили дальнейшее развитие, и 14 ноября 1938 года ЦК ВКП(б) принял постановление «О развитии партийной

пропаганды в связи с изданием «Краткой истории ВКП(б)». Партийная пропаганда. Постановление ЦК ВКП(б) потребовало от партийных организаций “перестроить организацию партийной пропаганды таким образом, чтобы обеспечить подъем ее качества, ее идейного уровня” [9]. Таким образом, в этот период основным содержанием молодежных изданий белорусской прессы было воспитание молодежи в духе марксизма-ленинизма, любви к социалистическому делу, а также идеологическая подготовка к защите Родины и войне с фашизмом.

Так 10 апреля 1938 года вышла в свет крупнейшая белорусская молодежная газета «Знамя юности» (Рисунок 9, с. 69).

Газета является совместным органом Центрального комитета белорусского комсомола и Минского областного комитета. Первый номер вышел 10 апреля 1938 года под названием «Сталинская молодежь» (1956 г.).

Стоит отметить формат издания, во время Отечественной войны газета распространялась на одном из фронтов Красной Армии в виде листовок формата А4. А в свой расцвет она развилась до формата А2 [22]. В 1970-1980-е годы «Знамя юности» стала одной из самых популярных газет в Беларуси, ее тираж составлял почти 900 тысяч экземпляров.

С момента своего появления газета активно занималась духовно-нравственным и патриотическим воспитанием молодежи. В годы Великой Отечественной войны «Знамя юности» сыграло важнейшую роль не только в освещении тягот и жертв военного времени, но и в воспитании патриотического пыла белорусской молодежи, побуждении читателей к борьбе за защиту Родины. Историческое развитие этого издания в годы войны, а также его влияние на белорусские молодежные медиа заслуживают глубокого изучения.

Начиная с 1946 года белорусские издания и радиотелевизионная связь стали постепенно восстанавливаться, а во время второй послевоенной пятилетки мощность радиостанций была увеличена вдвое. в 1946 году начала выходить радиогазета «Юные ленинцы». В 1950-е годы началась активная работа по улучшению качества радиовещания. На радиостанции было установлено новое оборудование для улучшения качества записей. В 1955 году начал работу Минский телевизионный центр, где была введена двухпрограммная ультракоротковолновая радиостанция, среди которых была и молодежная «Беларусь физкультурная». В феврале 1963 года Белорусское молодежное радио начало передавать программу «Звездная эстафета». Программа «Звездная эстафета» «Задушевный разговор» «Я вам пишу» [12].

Начиная с конца XX века, с обретением Беларусью независимости и развитием времени, молодежные медиа пережили переломный период трансформации. В этот период медиасреда постепенно открывалась, и молодежные медиа начали диверсифицироваться. Начиная с конца XX века, белорусские телеканалы и онлайн-платформы также запустили ряд программ, ориентированных на молодых зрителей. Эти программы охватывали широкий спектр развлекательных, образовательных и культурных аспектов, таких как музыкальные конкурсы, реалити-шоу, ток-шоу и т. д. Людмила Мельникова в статье «Белорусское молодежное телевещание: историко-практический опыт» пишет: *«Такие телепроекты белорусской «молодежки», как «Золотая десятка», «Молодежный телевизионный центр» («МТЦ»), «Парламент-2», «Провинция», не имели аналогов на ЦТ. Телевизионный конкурс молодых политиков «Золотая десятка», «МТЦ», «Парламент-2» формировали представление о культуре открытой полемики, острых дискуссий, популяризировали свободное обсуждение актуальных проблем белорусского общества»* [10].

Благодаря этим программам молодые белорусы могут лучше понять социальную динамику, открыть для себя новые формы культуры и искусства, взаимодействовать и общаться со своими сверстниками.

В настоящее время интернет и социальные сети постепенно становятся важными платформами для молодежных медиа. Блоги, социальные сети, видеоплатформы и другие формы цифровых медиа (например, YouTube, Instagram, Telegram, TikTok, ВК и т. д.) появляются, предоставляя более широкое пространство для молодежных медиа.

Появился ряд новых молодежных медиа и аккаунтов в социальных сетях, которые привлекают все больше молодых пользователей. Например, молодежное медиа «Moladz_by» зарегистрировало аккаунты на различных платформах, таких как YouTube, Instagram и другие. В социальных сетях «Moladz_by» будет реализовывать социально значимые, культурные и досуговые проекты и мероприятия для молодежи, при этом утверждать и поддерживать талантливых молодых людей, создавать условия для их самореализации, а также обсуждать с молодежью вопросы и проблемы в реализации национальной молодежной политики [33]. Это, несомненно, имеет хорошую медийную ценность (Рисунок 10, с. 69).

В целом за свою историю молодежные медиа в Беларуси прошли три этапа – инициации, трансформации и дигитализации, постоянно адаптируясь к требованиям времени. Благодаря постоянным инновациям и изменениям они не только сыграли важную роль в распространении молодежной культуры и

содействии социальному прогрессу, но и стали важным мостом, соединяющим правительство и молодежные группы, а также способствующим международному обмену.

Подводя итог, можно сказать, что мы разобрались в историческом развитии молодежных медиа в Китае и Беларуси. Можно отметить, что и китайские, и белорусские молодежные медиа имеют общие черты: они развиваются вместе с развитием страны, фокусируются на росте и развитии молодежи и движимы технологическими инновациями. Однако из-за различий в историческом фоне, политической обстановке и развитии революции молодежные медиа двух стран демонстрируют разные характеристики и траектории в своем историческом развитии.

Тем не менее, на основании этого исследования мы пришли к выводу, что молодежные медиа играют очень важную роль в социальном прогрессе и культурном наследии, а также у нас есть базовое понимание того, как культивировать мысли и идеологию молодежных групп в диверсифицированной медиасреде.

ГЛАВА 2

СТРУКТУРНЫЕ-ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖНЫХ МЕДИА В БЕЛАРУСИ И КИТАЕ

Молодежные медиа – это медиа, распространяющие информацию исключительно среди молодежи. Молодежные медиа в большей степени соответствуют интересам, ценностям и стилю общения молодых людей, чем общественно-политические средства массовой информации, что позволяет молодым людям легче воспринимать и участвовать в восприятии некоторых информационных материалов. Молодежные медиа могут включать в себя веб-сайты, газеты, телепрограммы, публикации, блоги, видеоигры и другие формы.

С наступлением глобального информационного века молодежные медиа играют все более важную роль и оказывают глубокое влияние на общество. Белорусская журналистка Богданова А.А. в своей статье «Типология молодежных СМИ. Современное состояние молодежных СМИ» упоминает: *«Молодежь – будущее любого общества. От того, с каким багажом знаний, умений, духовного опыта она выйдет в самостоятельную жизнь, зависят перспективы социального, экономического, культурного, информационного развития государства. В формировании молодого поколения важную роль играют средства массовой информации»* [3]. Молодежные медиа – это не только важный способ получения информации и развлечений для молодого поколения, но и платформа для выражения своего мнения и взаимодействия друг с другом для обучения и общения. Однако существуют различия в определении и развитии молодежных медиа в разных странах. Цель данной главы – сравнить и сопоставить, а также изучить структурные особенности молодежных медиа в Китае и Беларуси, чтобы получить более полное представление о молодежных медиа.

2.1 Типология молодежных средств массовой информации в Китае

В последние годы в Китае молодежные медиа постепенно выходят на первый план и становятся центром внимания общества. С наступлением новой эры потребности молодежи в медиапотреблении резко изменились, и молодежь стремится получать больше ценной информации и искать развлечения и культурный контент, соответствующий ее возрастной группе. Этот возросший спрос привел к появлению и развитию молодежных медиа.

Еще в 1915 году Ли Дацжао, выдающийся китайский пролетарский революционер, в своей статье «Молодежь», опубликованной в молодежном журнале «Новая молодежь», призвал китайскую молодежь: «Создайте молодую страну и молодую нацию с молодым мной» [47]. Таким образом, в журналистике молодежные медиа – это «пионеры» и «нарушители» в эпоху медиа, а также создатели лучшего общества.

С одной стороны, стремительное развитие интернет-технологий и популярность смартфонов сделали возможным для молодых людей получать информацию по более широкому спектру каналов, так что они могут узнавать всевозможные новости, развлечения и культурный контент через интернет в любое время и в любом месте. Это также побудило молодежные медиа повысить инновационность и предоставлять уникальный, интересный и ценный контент, чтобы выделиться в жесткой конкуренции.

С другой стороны, нельзя игнорировать и тот факт, что молодежь становится главной силой общества с точки зрения экономической мощи, потребительской способности и социального влияния. Правительство, предприятия и различные организации признали важность молодых людей и стали уделять им больше внимания и выделять больше ресурсов. В качестве примера молодежных СМИ можно привести данные исследования компании «Нильсен Нетфликс Медиа Ресерч» по Китаю за первую половину 2018 года: наблюдается явная тенденция к омоложению и элитности современной аудитории СМИ. С точки зрения возрастного уровня, доля пожилой группы старше 65 лет значительно сократилась; доля аудитории в возрасте от 25 до 54 лет достигла 69,7 %; а доля бортовых слушателей в возрасте от 25 до 44 лет достигла 60,9 %, превысив интегрированный рынок на 12 процентных пунктов (Рисунок 11, с. 70).

Таким образом, все больше и больше медиаиндустрий разрабатывают более качественные, насыщенные и удобные продукты молодежного медиаконтента для улучшения перспектив развития и для молодой аудитории. Будучи каналом, тесно связанным с молодежью, молодежные СМИ могут не только удовлетворять их потребности в медиапотреблении, но и формировать их ценности с помощью соответствующего контента, а также способствовать прогрессу и развитию общества.

Молодежные медиа в Китае можно разделить в соответствии с порядком возникновения медиа:

- Газеты и печатные издания
- Радио

- Телевидение
- Интернет
- Мобильная сеть

Интернет и мобильную сеть можно отнести к категории новых медиа.

Но этот метод категоризации появился только после появления четвертых СМИ (интернет-СМИ).

Интернет – это новый тип СМИ, возникший после многих традиционных СМИ, таких как газеты, радио и телевидение, и использующий Интернет в качестве медиабазы. Чжоу Гуанчжоу, президент Китайской ассоциации науки и техники, процитировал речь Генерального секретаря ООН Аннана на ежегодной сессии Комитета ООН по информации в мае 1998 года: *«Укрепляя традиционные средства письменной и аудиовизуальной коммуникации, наиболее продвинутое четвертое средство массовой информации, Интернет, используется для более широкого распространения информации»*. С тех пор термин «четвертое средство массовой информации» стал циркулировать в Китае [53].

В настоящее время развитие молодежных медиа в Китае демонстрирует диверсифицированную тенденцию: от первых медиа «газеты и журналы» до пятых медиа «мобильная сеть», каждая форма медиа постоянно обновляется.

Газеты и журналы сталкиваются со многими проблемами и трудностями, поскольку традиционные газеты и журналы не особенно заинтересованы в медиа первой категории, из-за влияния «волны» цифровизации. Однако в то же время некоторые традиционные газеты и журналы начали полную перестройку, чтобы усилить влияние своего бренда и повысить конкурентоспособность на рынке за счет интеграции некоторых доступных медиасредств, таких как интернет, социальные сети и т. д. Хорошим примером является газета «Китайская молодежная газета», которая была основана в Китае в 1951 году.

В 2022 году газета «Китайская молодежная газета» активно продвигала реформу и развитие медиаинтеграции: был запущен канал визуализации «Теплый БаоБао» на клиентской стороне «Китайской молодежной газеты», дифференцированно развивались два центральных сайта «Китайская молодежная сеть» и «Китайская молодежная онлайн». Газета зарегистрировала более 200 агентских аккаунтов на сторонних платформах, а главные аккаунты «Китайской молодежной газеты» и «Китайской молодежной онлайн», такие как «WeChat», «Weibo» и «Baike», играют ведущую роль; колонка «Зеленая пчела» насчитывает более 20 миллионов пользователей и продолжает занимать лидирующие позиции среди коротких новостных видеороликов центральных

медиа [36]. Из самой традиционной бумажной газеты стремится к достижению интеграции «четырех полных медиа» (полный процесс, полная информация, полный персонал, полный эффект перевод) на высококачественной интеграции.

Радио и телевидение с развитием Интернета также вынуждены трансформироваться и внедрять инновации. Многие радиовещатели открыли каналы прямых веб-трансляций и сотрудничают с музыкальными мобильными приложениями, чтобы расширить возможности охвата молодежной аудитории. Например, молодежное СМИ «Пекинское молодежное радио» в сотрудничестве с программным обеспечением «Ximalaya» обеспечило круглосуточную прямую трансляцию программ, которые нравятся большинству молодых слушателей. В то же время контент радиостанций стал более персонализированным, молодежным и разнообразным, в нем появилось больше интересных для молодежи тем, чтобы привлечь больше молодых слушателей.

Многие телевизионные программы начали распространять свой контент по многочисленным каналам с помощью интернет-платформ, что способствует интерактивному общению и участию аудитории.

Интернет – это, бесспорно, самая взрывная, популярная и инновационная форма медиа среди молодежных медиа. По данным Китайского информационного центра (49-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае) можно сделать вывод, что доля основных медиа для контактов молодежных групп с новостями составляет: на традиционные медиа (газеты, телевидение) приходится примерно 18 %, а доля новых медиа в интернете составляет 82 % [26] (Рисунок 12, с. 70).

Интернет характеризуется тем, что через социальные сети, новостные клиенты, платформы для самостоятельного создания медиа и т. д. молодые люди могут свободно выбирать интересующий их контент, мгновенно взаимодействовать и делиться им со своими друзьями. Кроме того, развитие технологий привело к постепенному развитию молодежных медиа в сторону мобильных и постепенному появлению ряда новых форм медиа с мобильными приложениями в качестве основного носителя.

Мобильный веб с поразительной скоростью трансформирует молодежные медиа. Популярность смартфонов сделала получение и распространение информации более удобным и быстрым. Появление таких форм, как короткие видеоролики, прямые трансляции и обмен аудиозаписями, сделало потребности аудитории в медиавыражении все более разнообразными и удобными. Развитие мобильных сетей также способствовало развитию некоторых новых технологий, таких как виртуальная реальность и дополненная реальность.

Мобильная сеть обладает всеми коммуникационными преимуществами интернета, но при этом имеет такие характеристики, как портативность. Для молодежных медиа мобильные сети можно назвать полномасштабными по своей природе.

В 2012 году, когда мобильная сеть была модернизирована с 3G до 4G, мобильный интернет в Китае получил взрывной рост, количество мобильных приложений увеличилось в геометрической прогрессии, а приложения для мобильных телефонов постепенно развились от простых приложений, таких как фрагментарное чтение и общение, до более функциональных видео- и бизнес-приложений, которые стали всеобъемлющей платформой для современных молодежных групп для покупок, общения, развлечений, а также получения новостей и информации. Благодаря революционному скачку в развитии технологий, уровень использования интернета мобильными телефонами как пятым медиаприемником значительно превысил уровень использования настольных компьютеров и ноутбуков как четвертого медиаприемника [54].

Мобильная сеть обладает характеристиками мобильного удобства, интерактивности, скорости, широкого охвата и максимального удовлетворения индивидуальных потребностей аудитории. Мобильная сеть – это всестороннее, трехмерное и диверсифицированное интерактивное медиа с широкими рыночными перспективами, и его появление не только меняет способ коммуникации традиционных медиа, но и способствует развитию и интеграции традиционной медиаиндустрии.

Из вышесказанного мы можем понять, что тенденция развития молодежных медиа от появления первых газет до мобильных сетей является диверсифицированной и всесторонне модернизированной. Различные формы медиа интегрируются друг с другом в процессе инноваций и трансформации, чтобы адаптироваться к меняющимся потребностям и зрительским привычкам молодежи, поэтому в Китае нынешнюю журналистскую индустрию называют «эрой интегрированных медиа». С точки зрения нынешнего влияния, развитие первых, вторых и третьих медиа постепенно объединяется с четвертыми и пятыми медиаформами, и эти тенденции будут продолжать двигать молодежные медиа в более трехмерном, персонализированном и интерактивном направлении.

Китайский писатель Ши Лэй в своей книге «Введение в новые медиа» отмечает: «Современный этап – это эпоха информационного «взрыва», сильные медиа с большим влиянием могут сделать конкретное содержание толпы более точным позиционированием, более широким диапазоном

распространения, большим раскрытием темы, правильный выбор медиа для брендинга, формирования имиджа, имеют жизненно важное значение, Коммуникации для создания импульса имеют жизненно важное значение [52]».

В настоящее время китайские молодежные медиа можно разделить на следующие типы в соответствии со структурой их атрибутов: традиционные молодежные медиа, новые молодежные медиа, социальные молодежные медиа и молодежные народные медиа.

I. Традиционные молодежные медиа.

Традиционные молодежные медиа – понятие, соотносимое с новыми онлайн-медиа, появившимися в последние годы. Многие до сих пор думают, что традиционные молодежные медиа используют для подачи информации только бумажные газеты, журналы, телевидение и радио, но большинство традиционных молодежных медиа уже давно следуют веянию времени, корректируя свои механизмы и совершенствуя собственные структуры, открывая мультимедийные, различные каналы, чтобы компенсировать недостатки в содержании информации, своевременности и охвате.

По сравнению с новыми медиа, традиционные молодежные медиа, обладая сильной всесторонней редакционной способностью, могут предоставить читателям глубокие интерпретации, основанные на фактах; кроме того, авторитет традиционных молодежных новостных организаций несравним с авторитетом некоторых медиа в интернете и любительских медиа.

Большинство традиционных молодежных медиа в Китае делятся на три типа: государственные молодежные медиа, центральные молодежные медиа, местные молодежные медиа и отраслевые вертикальные молодежные медиа.

1. Государственные молодежные медиа/центральные молодежные медиа.

Согласно концепции, государственные молодежные медиа относятся к официальным молодежным медиа, которые находятся под прямой юрисдикцией правительства Китая и непосредственно обслуживают международные и правительственные молодежные медиа. Центральные молодежные медиа, с другой стороны, относятся к новостным медиа, которые подчиняются (непосредственно подчиняются) Министерству пропаганды Китая, Главному управлению радио, кино и телевидения Китая и Главному управлению по делам печати и публикаций Китая. Медиаорганизации, охватываемые этими двумя понятиями, во многом пересекаются, поэтому мы часто рассматриваем национальные медиа и центральные медиа как эквивалентные понятия.

Общими централизованными молодежными медиа являются вышеупомянутые газеты «Китайская молодежная газета» и «Китайская молодежь онлайн».

2. Местные молодежные медиа.

Местные молодежные медиа – это противоположность централизованным молодежным медиа, которые охватывают всю страну, в то время как местные молодежные медиа больше сосредоточены на освещении конкретного региона. Местные молодежные медиа пользуются большим авторитетом и доверием в местном регионе, их узнает и знает местное население, что способствует созданию базы бренда. Например, 21 марта 1949 года была основана газета «Пекин юнион дейли». В то время Китай находился под руководством генеральной линии партии в переходный период, социалистическая революция и строительство были на подъеме, и деятельность молодежных групп становилась все более активной. Чувствуя необходимость в собственной газете, которая отражала бы работу и исследования молодежи Пекина и направляла деятельность лиги, Муниципальный комитет Лиги китайской молодежи Пекина решил возобновить издание пекинской молодежной газеты [38].

3. Отраслевые вертикальные молодежные медиа.

Вертикаль означает более точный охват, более сфокусированное внимание. По сравнению с комплексными медиа, вертикальные медиа глубоко погружаются в конкретную сферу, ориентируясь на конкретный спрос, что имеет большое значение для точного размещения бренда и точного охвата потребителей. Некоторые из наиболее распространенных подтипов: мода – «ELLEMEN Новая молодежь»; ИТ-технологии – «Китайская молодежная наука и техника»; финансы и экономика - «Бизнес Джунior»; образование – «Читатели» и т.д..

II. Молодежные новые медиа: ключевые порталы и платформы для агрегации новостей. Прежде всего, концепцию «Новые медиа» можно проследить еще 40 лет назад. В 1967 году П. Голдмарк, директор Технического исследовательского института Колумбийской вещательной системы (CBS) в США, опубликовал предложение по развитию товаров электронной видеозаписи (EVR), которые он назвал в предложении «электронной видеозаписью». В своем предложении он назвал «электронное видео» «новым медиа», и родилась концепция «новых медиа» [49].

В настоящее время в академическом сообществе более признанным является определение Гун Чэнбо в его монографии «Введение в новые медиа»: «В широком смысле «новые медиа» можно определить следующим образом: это

использование цифровых технологий, сетевых технологий и технологий мобильной связи, через Интернет, широкополосные локальные сети, беспроводные сети связи и спутниковые и другие каналы, с телевидением, компьютеры и мобильные телефоны в качестве основных выходных терминалов для предоставления пользователям видео-, аудио-, голосовых услуг, онлайн-игр, дистанционного обучения и других интегрированных информационных и развлекательных услуг, всех новых средств или форм коммуникации в целом» [46].

Молодежные новые медиа подразумевают использование интернета, компьютеров и мобильных электронных устройств и других терминалов, текста, звука, изображений и других форм распространения новостей и информации в цифровых, мультимедийных средствах коммуникации. По сравнению с традиционными бумажными медиа, радио и телевидением, развивающиеся молодежные медиа имеют очевидные преимущества и характеристики, такие как широкое распространение, сильное взаимодействие, быстрая эффективность, высокая степень свободы и персонализации. Эти СМИ не ограничены временем и пространством, а скорость распространения информации очень популярна среди молодежи. Более того, большинство традиционных молодежных СМИ уже создали платформы для мобильных сетей.

III. Социальные молодежные медиа. Социальные медиа и их английское название «Social Media» предложил в своей книге Энтони Мэйфилд «What Is Social Media» (2008)[43].

Под «социальными медиа» понимаются веб-сайты и технологии, позволяющие людям писать, делиться, оценивать, обсуждать и общаться друг с другом, а также инструменты и платформы, используемые для обмена мнениями, знаниями, опытом и точками зрения друг с другом. Он обладает следующими характеристиками: участие, открытость, общение, диалог, сообщество и связь. Большое количество людей и спонтанное распространение – вот два основных элемента, составляющих социальные медиа.

Для молодых людей социальные медиаплатформы, такие как «Weibo» и «WeChat», стали важным способом общения и получения информации. «Китайский репортер», самый влиятельный профессиональный журнал в медиаиндустрии Китая, провел анкетный опрос об использовании медиа молодыми людьми в возрасте 18-40 лет. Опрос показал, что социальные сети и аккаунты, открытые ведущими медиа в социальных сетях, более популярны среди молодежи до 30 лет, а публичный номер «WeChat» – самый важный канал доступа к ведущим медиа для молодых людей. Через социальные сети молодые

люди могут делиться своими чувствами с другими, узнавать новости и мнения, а также реализовывать интерактивность и точность распространения информации.

IV. Молодежные народные медиа, видео- и потоковые платформы. Концепция «Мы – медиа» была предложена Дэном Гиллмором, американским писателем-технологом, когда в 2001 году она определила концепцию новостных медиа 3.0. В своей книге «Мы – медиа» она использовала подзаголовок «Журналистика на низовом уровне, от людей, для людей», чтобы объяснить этот новый способ распространения новостей. В своей книге «Мы – медиа» с подзаголовком «Журналистика низов» она объясняет новый способ распространения новостей, то есть самомедиа. Она отметила, что самомедиа – это мгновенная интерактивная платформа для обмена информацией, а также те индивидуальные коммуникаторы, которые используют новые технологии Интернета для самостоятельной публикации информации[45].»

Молодежные народные медиа – это новая форма медиа, появившаяся в последние годы, которая достигает расширения влияния за счет личного создания и распространения контента. Многие молодые люди стали интернет-знаменитостями благодаря таким платформам самомедиа, как «Жиху» и «Библии», передавая свои собственные взгляды и информацию. Это стоит понять и обратить на это внимание, так как молодежные народные медиа составляют важную долю молодежных медиа в Китае.

Можно заметить, что молодежные медиа постоянно совершенствуются и расширяются в плане форм, технологий, навыков и сфер деятельности, и границы вышеуказанной широкой классификации молодежных медиа иногда размываются. Как журналисты, мы должны принять изменения, понять особенности различных молодежных медиа и каналов коммуникации, открыть каналы медиакоммуникации и создать базу медиаресурсов с особой структурой, подходящей для выпуска и распространения любого контента.

На этом фоне молодежные медиа Китая стремительно развиваются. Благодаря разнообразным формам контента, новым средствам выражения и актуальному выбору тем, они соответствуют модным потребностям молодежи и находят баланс между развлечением и передачей информации. В то же время они активно пропагандируют и распространяют положительные ценности, ориентируя молодых людей на формирование правильного мировоззрения и взглядов на жизнь.

Можно резюмировать, что типологические особенности содержания китайских молодежных медиа в основном отражаются в следующих аспектах:

1. Китайская эпоха: молодежные медиа фокусируются на теме времени, обращают внимание на актуальные вопросы и реалистичные потребности молодых людей, отражают стиль времени. Председатель КНР Си Цзиньпин отметил, что хотя у разных времен разные темы, все темы с современности в Китае направлены на великое омоложение китайской нации. Молодежь новой эпохи должна тесно сочетать свою молодость с самым великим делом.

2. Рост и развитие: молодежный раздел посвящен росту и развитию молодежи, сообщает о прогрессе и росте молодых людей в различных областях и демонстрирует стиль молодого поколения. Помимо освещения актуальных проблем общества, культуры, образования и других областей, волнующих молодежь, он организует онлайн- и офлайн-дискуссии для развития мышления и общения между молодыми людьми.

3. Молодежные перспективы: молодежные медиа фокусируются на темах, которые тесно связаны с молодыми людьми, с их точки зрения, отражая мнения и взгляды молодых людей. Большинство китайских молодежных медиа придерживаются концепции «понимание молодежи, чувствование молодежи, соотносимость с молодежью и участие молодежи», используя ясный и простой стиль, выискивая различные истории молодых людей, отражая большие темы небольшими отрезками, и интегрируя большие темы в истории, которые трогают за сердце.

Китайские молодежные медиа постоянно развиваются и расширяются, предлагая множество платформ с богатым и разнообразным содержанием и охватывая широкий спектр тем, включая новости, культуру, развлечения, образование и другие области. Эти медиаплатформы привлекли большое количество молодой аудитории благодаря новым формам выражения, быстрому составлению программ и подбору актуальных тем, а также стали важным каналом получения информации, выражения своих взглядов и обмена идеями для молодежи.

Проведенные выше исследования и анализ структуры и типологических характеристик китайских молодежных медиа отражают потребности и стремления современной молодежи к получению информации, а также разнообразие и изменение форм и содержания медиа. Удовлетворяя информационные потребности молодежи, молодежные медиа также постоянно обновляются и развиваются, внося позитивный вклад в распространение социальной информации и коммуникации. Хочется надеяться, что китайские

молодежные медиа будут продолжать внедрять инновации в будущем, лучше обслуживать молодежные группы и способствовать процветанию медиа.

2.2 Молодежные медиа Беларуси: типология, тематические приоритеты

Рассмотрим молодежные медиа Беларуси в общей системе СМИ. В главе I, статье 2 Закона о средствах массовой информации написано: «*Вид средства массовой информации – газета, журнал, бюллетень, радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа, сетевое издание, иная совокупность информационных сообщений и (или) материалов (передач), носящая периодический характер и предназначенная для неопределенного круга лиц*» [5]. Таким образом, мы можем определить, какие медиа входят в тип молодежных медиа в Беларуси на данном этапе. В то же время А. А. Богданова также предлагает три структурных типа медиа: «*В настоящее время все СМИ можно разделить на три группы: печатные, электронные (телевидение, радио) и появившиеся в последнее десятилетие сетевые*» [3].

На сегодняшний день структурные типы молодежных медиа в Беларуси в основном можно классифицировать следующим образом:

- Печатные молодежные медиа (газеты и журналы).
- Электронные молодежные медиа (телевидение и радио).
- Молодежные медиа в Интернете.

Печатные медиа по-прежнему играют важную роль в структуре молодежных медиа в Беларуси. Печатные издания, в том числе газеты и журналы, имеют определенное влияние и читательскую аудиторию. Но внимание традиционных печатных молодежных СМИ уже ограничено, по сравнению с новыми интернет-медиа. Д. М. Ставровитова в статье «Молодежные СМИ в современном медиапространстве Беларуси» пишет: «*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*» [32]. Итак, что касается печатных молодежных медиа, то выбор темы и формата во многом влияет на уровень внимания молодежных групп, и до сегодняшнего дня будущее печатных молодежных медиа не может быть подтверждено. Однако для молодых читателей, которые любят читать спокойно, отслеживать текущие

новости или глубокие репортажи, печатные медиа по-прежнему могут быть предпочтительным способом получения информации.

Печатные медиа также играют важную роль в распространении идей, мнений и культуры с определенной уникальностью и глубиной. В последние два года печатные молодежные медиа, как и традиционные медиа в Китае, также трансформируются и развиваются, представляя контент в более популярных и новых формах, поэтому печатные медиа пока незаменимы.

Электронные медиа, включая телевидение и радио, также занимают свое место в белорусских молодежных медиа. Теле- и радиопрограммы опираются на аудиовизуальные чувства, передавая информацию более наглядно и ярко. Правительство Беларуси также поддерживает развитие электронных молодежных медиа. Основной телевизионной площадкой для молодежи в Беларуси является телеканал «Беларусь 2», с которым уже не первый год активно сотрудничают студенты факультета журналистики БГУ и факультета изобразительных искусств.

Так, десятки студентов и выпускников этих вузов уже прошли программу для журналистов и режиссеров «Пин_код». Здесь молодые журналисты могут легко представить свои работы. У молодых режиссеров есть свои видеоролики. Государство выбирает молодые лица для творческих и более интересных проектов в электронных медиа. Для молодежи электронные медиа могут быть более интересными и привлекательными, особенно программы, представленные в видео- и аудиоформате, которые более привлекательны и доступны. Кроме того, электронные медиа могут предоставлять самую свежую информацию в режиме реального времени в виде новостей и прямых трансляций, что удовлетворяет потребность молодежи в оперативности.

Наконец, самый быстрорастущий сегмент молодежной медиаструктуры в Беларуси молодежные – это интернет-медиа. С распространением Интернета и развитием мобильных устройств медиа онлайн стали для молодых людей основным способом получения информации и обмена мнениями.

Экс-министр информации Беларуси Владимир Перцов представил данные соцопросов на совещании в Администрации Президента по вопросам реализации молодежной политики. По словам министра: *«За последние годы структура медиапотребления молодежи кардинально изменилась. Социологические исследования показывают, что для 87 процентов молодых людей в возрасте 18-29 лет основным источником информации являются новостные сайты. По данным некоторых опросов, почти 70 % молодых людей используют социальные сети и мгновенные сообщения в качестве основного*

источника информации. На традиционные медиа (телевидение и газеты) приходится лишь 15,5 % молодежной аудитории» [15].

Можно сделать вывод, что тенденция развития молодежных медиа в Беларуси идет в основном в направлении сетевых молодежных медиа. Это объясняется тем, что молодежные интернет-медиа характеризуются большим объемом информации, быстрым обновлением и интерактивностью, что позволяет быстрее реагировать на социальные проблемы и передавать плюрализм мнений. Молодые люди могут получать доступ к красочному контенту в социальных сетях, на новостных сайтах, видеоплатформах и других интернет-медиа, и в то же время они могут участвовать в них, комментируя и делясь, формируя взаимодействие и коммуникацию.

Однако стремительное развитие онлайн-медиа порождает и некоторые проблемы, такие как достоверность информации, неприкосновенность частной жизни и другие вопросы, на которые необходимо обращать внимание и беспокоиться. В статье А. А. Богданова «Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь» также упоминается: «Сегодня СМИ в значительной степени утратили воспитательную функцию, сменив ее на функции развлечения и удовлетворения потребностей» [2]. Это во многом связано с бурным развитием интернет-медиа на данном этапе, и мы должны уделять больше внимания недостаткам, которые несут с собой интернет-медиа, а также думать над их решением.

Развитие и особенности молодежных медиа в Беларуси отличаются от китайских. Традиционные медиа в Беларуси также широко представлены среди молодежной аудитории, охватывая все средства массовой информации: телевидение, радио, газетные и журнальные форматы. В области развивающихся медиа (например, социальных программ, веб-сайтов) Беларусь также добилась значительных успехов. Новые онлайн-платформы предоставляют молодому населению Беларуси больше возможностей для взаимодействия и общения, способствуя его вовлечению и самовыражению в медиа. Изучение характеристик структурных типов молодежных медиа в Беларуси позволяет выявить различия и общие черты молодежных медиа в разных социальных контекстах.

Прежде всего, очевидно, что тип структуры молодежных медиа в Беларуси соответствует типу общей структуры медиа в Беларуси. Тем не менее, существуют некоторые уникальные стили молодежных медиа в Беларуси, с которыми сталкивается молодая аудитория, и разнообразие и изменения в сфере молодежных медиа заслуживают изучения.

Слуга О.Г. в книге пишет «СМИ Беларуси в условиях строительства социально-ориентированной экономики»: «Структура СМИ стала диалектически завершенной: вместе с государственными информационными каналами действуют общественные, независимые, партийные газеты и журналы, радио- и телестудии. В Беларуси создана и функционирует широко разветвленная система национальных СМИ, удовлетворяющая интеллектуальным требованиям современной аудитории, на высоком профессиональном уровне решающая актуальные общественные и государственные задачи» [13]. С точки зрения Слуги О.Г. мы также можем проследить, как основные медиа в Беларуси делятся на структурные типы. Проанализируем это на примере молодежных медиа, являющихся объектом исследования.

Прежде всего, основные типы молодежных медиаструктур в Беларуси включают в себя следующие категории:

1. Государственные молодежные медиа: система медиа, созданная, финансируемая и управляемая правительством страны, которая обеспечивает белорусские молодежные группы базовыми информационными потребностями и качественным контентом по национальной тематике. Наиболее представительным белорусским молодежным медиа является «Знамя юности». В день 85-летия со дня основания газеты «Знамя юности» заместитель Главы Администрации Президента Беларуси Игорь Луцкий поставил перед газетой «Знамя юности» задачу донести до каждого молодого человека информацию о политической обстановке и гражданском самосознании, отстаивании суверенитета и независимости нашей страны [20]. В то же время Игорь Луцкий отметил: «Время диктует новые подходы и новые темы. Мы должны воспитывать свою молодежь гражданами, ответственными гражданами, поэтому задача «Знаменки» – дойти до каждого молодого человека» [20].

Из этого можно сделать вывод, что для белорусских национальных молодежных медиа характерно донесение политической среды и гражданского сознания до каждого молодого человека на основе молодежи как группы аудитории, защита суверенитета и независимости страны, воспитание у молодых людей ответственной гражданской позиции.

2. Молодежные медиа, созданные и управляемые общественными организациями, которые предоставляют широкий спектр информации и контента для молодежных групп. Хорошим примером является журнал белорусской молодежной общественной организации «Пожарные и спасатели» «Юный спасатель». Этот журнал – единственный в Беларуси, который обучает

детей вопросам безопасного поведения. «В журнале вы найдете ответы на следующие вопросы: что делать в любой опасной ситуации, как справиться с пожаром, как предотвратить беду, как немедленно помочь, если что-то случилось с вашим другом или родственником. Читайте и решайте логические задачи в категориях «Безопасная школа» и «Лабиринт без опасности». В разделе «Вопросы и ответы» ты всегда можешь задать вопросы профессиональным спасателям» [19]. Важной особенностью белорусских общественных молодежных журналов является сохранение социальных ценностей. Белорусские общественные молодежные медиа делают акцент на пропаганде позитивных, здоровых и полезных ценностей. Они пропагандируют социальную ответственность, этические ценности и гражданское самосознание, а также стремятся обеспечить молодежь позитивным контентом и вдохновением.

3. Молодежные медиа, управляемые коммерческими организациями или независимыми организациями, они часто способны обеспечить более нейтральную и плюралистическую точку зрения и освещение молодежных тем. Примером может служить «Teenage.by» – онлайн-ресурс, пропагандирующий здоровый образ жизни для подростков. На этом сайте можно найти публикации на различные темы (Рисунок 13, с. 71). Независимые молодежные медиа более разнообразны, инновационны, более склонны к использованию новых способов и стилей подачи информации для привлечения внимания молодежи, предоставляют молодым людям более разнообразное и открытое информационное пространство, способствуют обмену и столкновению идей. Кроме того, независимые молодежные медиа часто уделяют больше внимания маргинальным молодежным группам и способны лучше представлять интересы и требования простых молодых людей.

4. Молодежные медиа, созданные и управляемые политическими партиями, обычно используются для передачи и продвижения конкретных политических взглядов и программ [1]. Примером может служить сайт «Moladz.by», созданный Республиканским молодежным центром (Рисунок 10, с. 69). Цель сайта – «гражданский патриотизм, развитие волонтерского движения, социально значимые, культурно-досуговые проекты и мероприятия для молодежи; поиск и внедрение новых форм и методов сотрудничества с молодежью; выявление и поддержка талантливой молодежи и создание условий для ее самореализации; обсуждение с молодежью вопросов и проблем в реализации государственной молодежной политики» [33].

Характерными чертами таких изданий является то, что эти медиа призваны стимулировать интерес и участие молодежи в политике, поощрять молодых людей выражать свои взгляды и участвовать в общественных делах, сообщая и комментируя политические новости, а также организовывать образовательные мероприятия для молодежи, чтобы внести свой вклад в социальные изменения.

Все типы молодежных медиа играют важную роль в медиасфере Беларуси, вместе они формируют развитие социальной информации и вносят вклад в развитие страны.

Что касается тематической структуры молодежных медиа в Беларуси, то она также заслуживает внимания и изучения. Тематическая структура молодежных медиа должна быть интегрирована с направлениями развития национальной молодежной политики. Основными направлениями реализации государственной молодежной политики являются:

- улучшение жилищных условий молодежи и социально-экономическая поддержка молодых семей;
- временная занятость студентов и учащейся молодежи во внеурочное время;
- духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи; гражданское становление молодежи;
- поддержка массового спорта и туризма для детей и молодежи;
- поддержка научно-технического творчества молодежи;
- развитие творчества и поддержка талантливой молодежи; создание условий для организации досуга детей и молодежи по месту жительства;
- международное молодежное сотрудничество;
- профилактика нежелательных явлений в молодежной среде; пропаганда здорового образа жизни, педагогических и правовых знаний;
- развитие социальной активности молодежи и активное участие молодых людей в жизни общества [35].

Таким образом, можно сделать вывод, что тематики белорусских молодежных медиа многогранна и положительно способствует росту и развитию молодежного сообщества.

Различные формы, структуры и типы молодежных медиа в Беларуси отражают разнообразие и изменения в белорусской медиасфере в целом. Эти формы молодежных медиа не только демонстрируют новые способы коммуникации, но и лучше отвечают потребностям и эстетике молодой аудитории. Белорусские молодежные медиа играют важную роль в контексте

общей медиаструктуры, формируя общественное мнение и направляя мысли и действия молодого поколения.

Выводы по Главе 2.

1. Сравнение молодежных медиа в Китае и Беларуси позволяет нам получить более полное представление об особенностях структуры и типах молодежных медиа, а также о путях их развития в различных социальных контекстах. Используя сочетание качественных и количественных методов исследования, в этой главе анализируются характеристики типов структуры молодежных медиа в двух странах, и выясняется, что, несмотря на незначительные различия в определениях структуры молодежных медиа, в общем направлении есть много точек сходства. Благодаря этому исследованию мы можем получить полезные рекомендации и уроки для дальнейшего развития молодежных медиа.

2. Для белорусских национальных молодежных медиа характерно донесение политической среды и гражданского сознания до каждого молодого человека на основе молодежи как группы аудитории, защита суверенитета и независимости страны, воспитание у молодых людей ответственной гражданской позиции.

3. Структура молодежных медиа в Беларуси четко дифференцирована, каждая из трех форм СМИ – печатная, электронная и онлайн – формирует богатую и разнообразную структуру молодежной медиакоммуникации. Формы и характеристики молодежных медиа постоянно эволюционируют и обновляются в соответствии с технологическим прогрессом и социальным развитием, предлагая все больше вариантов и возможностей для удовлетворения потребностей различных групп молодежи.

ГЛАВА 3

МОЛОДЕЖНЫЕ ИЗДАНИЯ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

Молодежные медиа играют очень важную роль в современной китайской медиасреде, поскольку они являются платформой для передачи информации, важным окном для участия молодежных групп в общественном дискурсе, а также средством влияния и воспитания молодых людей. Цель данной главы – проанализировать особенности молодежных медиа на примере «Китайской молодежной газеты» и «Знамя юности» как наиболее представительных молодежных медиа в Китае и Беларуси соответственно.

3.1 «Китайская молодежная газета» как пример молодежного издания

3.1.1 История «Китайской молодежной газеты»

«Китайская молодежная газета» – одно из ключевых центральных новостных изданий, относящееся к центральному уровню молодежных медиа в рамках типа молодежной структуры. Это означает, что она занимает достаточно высокий уровень в китайской медиасистеме, обладает большим влиянием и авторитетом, наряду с «Народной ежедневной газетой» и газетой «Синьхуа», которые также являются новостными медиа центрального уровня. «Китайская молодежная газета» также занимает место в ряду центральных новостных организаций.

Будучи важной газетой в Китае, «Китайская молодежная газета» с момента своего основания всегда уделяла внимание росту, развитию и потребностям молодежи с высоким чувством социальной ответственности и миссии и стала газетой, несущей миссию времени. «Китайская молодежная газета» успешно осваивает современные форматы подачи контента и его продвижения в интернете.

Основанная 27 апреля 1951 года, газета «Китайская молодежная газета» является органом Центрального комитета Коммунистической лиги молодежи и представляет собой центральное мейнстримное медиа, оказывающее большое влияние на молодежь как на своих основных читателей (Рисунок 14, с.71). Надпись для «Китайской молодежной газеты» написал сам Мао Цзэдун. Китайская молодежная газета имеет 33 национальных корреспондентских пункта по всей стране и разместила журналистов в США, Франции, Японии, России, Европейском союзе, Юго-Восточной Азии и других странах и регионах

[29]. Газета была 4-полосной, 4-томной, вертикально расположенной, выходила по вторникам и пятницам, тираж первого номера составил 65 000 экземпляров. Газета выходила по вторникам и пятницам тиражом 65 000 экземпляров. В 1954 году газета была переведена на выпуск по средам, а в 1956 году – на выпуск по субботам, ежедневный (закрытый по воскресеньям) [29].

История «Китайской молодежной газеты» началась в XX веке, когда только была создана Китайская республика. 27 апреля 1951 года с одобрения Мао Цзэдуна, Лю Шаоци, Чжоу Эньлая и других руководителей Центрального комитета Коммунистической партии Китая (КПК) в Пекине была основана газета «Китайская молодежная газета».

В контексте того времени основание «Китайской молодежной газеты» было тесно связано с духовной идентичностью ее культурной миссии, такой как «молодежь», «медиа» и «вклад». В 1950-е годы «Китайская молодежная газета» публиковала молодых героев и образцовых рабочих, таких как Хуан Цзигуан и Цю Шаоюнь, которые пожертвовали своей жизнью, сражаясь против США и помогая корейскому вторжению, а также защищая страну, Хао Цзяньсяй, текстильщик из Циндао, который создал передовые методы работы, и Ван Чонлун, рабочий Аньшаньского металлургического комбината, который «опередил время». В 1960-е годы газета пропагандировала дух Лэй Фэна и Ван Цзе, солдат Народно-освободительной армии (НОАК), которые «посвятили себя служению народу» и «не боялись страданий и смерти» [29].

Однако развитие «Китайской молодежной газеты» не всегда проходило гладко: 20 августа 1966 года ее выпуск был приостановлен из-за «культурной революции». Однако после десяти лет отдыха и напряженной работы «Китайская молодежная газета» была вновь издана 7 октября 1978 года с одобрения Центрального комитета Коммунистической партии Китая (КПК)(Рисунок 15,с.72). После возобновления издания «Китайская молодежная газета» освещала передовые истории молодых реформаторов, проявивших мужество и новаторство во всех сферах жизни в этот период, таких как Чжан Чжисинь, который храбро боролся с контрреволюционными группами, Чжан Хайди, который был инвалидом, но никогда не имел разбитого сердца, а также китайская женская волейбольная команда, и другие молодые передовые деятели и передовые группы.

В октябре 1998 года структурное развитие молодежных медиа Китая, о котором говорилось в главе 1, изменилось: печатные медиа постепенно объединились с новыми медиа, и в Интернете появилась онлайн-версия «Китайской молодежной газеты».

В мае 2000 года был официально запущен сайт «Китайская молодежь онлайн» [27].

В октябре 2019 года 100 % акций китайской компании «China Youth Online New Media Technology (Beijing) Co., Ltd.» были переданы «Китайской молодежной газете», китайская газета «Китайская молодежь онлайн» стала главным новостным сайтом «Китайской молодежной газеты», а сайт газеты «Китайская молодежь онлайн» был преобразован в новостной и культурный сайт.

До апреля 2021 года, 70-й годовщины основания Китайской молодежной газеты, реформа и инновационное развитие. В докладе 19-го Всекитайского съезда Коммунистической партии Китая (КПК) содержится десять упоминаний «молодежи», семь упоминаний «сети» и четыре упоминания «Интернета» с точки зрения новых медиа. Социализм с китайскими особенностями вступил в новую эру, и молодежные медиа Китая также вступили в зрелую эру «интегрированных медиа».

3.1.2 Тематические приоритеты «Китайской молодежной газеты»

Если анализировать позиционирование молодежных медиа, то «Китайская молодежная газета», будучи газетой для молодых читателей, позиционируется в первую очередь для обслуживания молодежного сообщества и сосредоточения на его потребностях и интересах. Газета фокусируется на сообщениях в области общества, образования, занятости и культуры, затрагивающих молодежные группы, а также передает информацию и опыт о развитии и росте молодежи.

Помимо публикации новостей, «Китайская молодежная газета» также берет на себя важную миссию – формировать и направлять мышление молодых людей. Газета всегда улавливает пульс времени, обращает внимание на динамику мышления и ценностные ориентации молодежи, передает правильные ценности и общественную мораль через комментарии и специальные репортажи, направляя молодых людей на формирование правильного взгляда на жизнь и мир. Это также подтверждает слова председателя КНР Си Цзиньпина, который на конференции по празднованию 95-й годовщины основания Коммунистической партии Китая (КПК) 1 июля 2016 года подчеркнул: «Молодежь – это будущее родины, надежда нации, а также будущее и надежда нашей партии» [39]. Исходя из вышесказанного, мы можем в общих чертах понять направленность молодежных медиа в Китае.

Созданная в «эпоху бумажных медиа», «Китайская молодежная газета» много раз была новатором в области молодежных медиа, основываясь на своих положительных характеристиках, репортажах и интервью.

С появлением Интернета коммерческие медиа, социальные медиа могут использоваться в качестве платформ для доступа к информации, и оценка молодыми читателями содержания новостей меняется. 52-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае, опубликованный Центром Интернета Китая, показывает, что 52,5 % пользователей Интернета в Китае моложе 39 лет [24], а молодежная группа является основной массой пользователей Интернета. Поэтому то, как производить популярные среди молодежи новостные продукты и более эффективно вести за собой молодую аудиторию, имеет огромное значение для формирования образа мышления и ценностей современной молодежи.

С одной стороны, молодежные медиа должны уделять больше внимания интуитивному характеру подачи новостей: «что видишь, то и получаешь» [51]. Длинные подробные репортажи перестали быть привлекательными, более популярными становятся многоэлементные формы подачи информации, включающие графику, текст, гиперссылки, аудио, видео и т. д. С другой стороны, стремление к оперативности. В эпоху, когда все является медиа, скорость распространения информации ускоряется, а аудитория становится все более чувствительной к информации из первых рук. Осознавая изменения в использовании молодежью различных медиаплатформ, таких как бумага, интернет и терминал, «Китайская молодежная газета» уже на этапе выбора темы уделяет все внимание контенту, подходящему для распространения на мобильном устройстве, и активно изучает мультимедийную презентацию на основе текстовых сообщений, развивая QR-коды, гиперссылки, страницы H5 и видеопрограммы.

Например, в 2019-2020 годах в Китае произошла вспышка пневмонии «Новая корона». В это время, когда китайцы сидели дома на карантине, центр коротких видеоновостей и информации на сайте «Китайской молодежной газеты» дежурил 24 часа в сутки и был полностью связан с передовой линией репортажей в Ухане и т. д., чтобы производить мобильные, видео и безостановочные высококачественные короткие видео. Согласно данным, колонка «Зеленая пчела» газеты «China Youth Daily» подготовила и выпустила более 420 коротких видеороликов о борьбе с эпидемией, которые были распространены более 4500 раз на различных платформах, с общим объемом трансляции более 800 миллионов раз, передавая решимость и уверенность

центрального правительства в борьбе с эпидемией, передавая трогательные истории героев фронта борьбы с эпидемией, а также простых людей, которые твердо стояли на своем посту, наполняя это короткое видео позитивной энергией для «борьбы с эпидемией» во всех важных интернет-медиа, а также на различных платформах. Он стал важным источником позитивных энергетических коротких видеороликов в основных интернет-СМИ и на различных платформах [25]. Эти попытки реформирования, актуальные для молодежи и основанные на времени и новостях, действительно завершили вертикальное и горизонтальное развитие молодежных медиа.

«Китайская молодежная газета» отличается широким и разнообразным содержанием, содержит важные новости о политике и экономике, а также уделяет внимание актуальным вопросам, волнующим молодежь, культуре, искусству и спорту. Уникальный дизайн макета газеты, графические и текстовые методы подачи материала в определенной степени привлекли внимание молодых читателей и повысили их интерактивность и участие в работе медиа.

Являясь «устами и языком» партии и государства, общенациональные центральные медиа выполняют важные функции по формированию общественного мнения, руководству мыслями, передаче культуры и служению народу. Поэтому в условиях диверсификации информационной среды основные медиа должны играть роль проводника для молодежных групп и передавать правильные ценности. Хоффман в книге «Убеждение и коммуникация» отмечает, что «апелляция к разуму и апелляция к эмоциям имеют свои преимущества, но для того, чтобы сделать эффект убеждения более эффективным, их следует сочетать. Апелляция к разуму в основном заключается в объективном описании статус-кво и его логическом анализе, в то время как апелляция к эмоциям воплощается в мобилизации эмоций через эмоциональное возбуждение, эмоциональное заражение и эмоциональное исполнение, формирование эмоционального сообщества и создание эмоциональной памяти» [14]. Поэтому, чтобы лучше донести ценности до молодежи, центральные медиа должны усилить эмоциональное проникновение новостного контента, отталкиваясь от эмоционального резонанса и идентичности, поэтому выбор темы и содержания очень важен.

«Нация», «страна», «идеал», «компетентность», ожидания генерального секретаря от молодежи также являются ключевыми словами в грандиозной теме развития молодежи. Основная идея «Китайской молодежной газеты» заключается в том, что новая эпоха призывает молодых людей разглядеть душу

эпохи, оценить изменения эпохи, понять потребности эпохи и направить ветры эпохи, и что новая эпоха подразумевает, что у молодых людей есть новая миссия и роль, которую они должны играть.

Поэтому темы, затрагиваемые в «Китайской молодежной газете», весьма обширны и охватывают политику, экономику и культуру, включая «горячие точки» во всех сферах жизни, а также «точки замерзания», которые другие медиа никогда не замечали.

Темы варьируются от «государственного управления и построения правовой системы», «жизнеобеспечения общества и экономической жизни», «о правах и свободах граждан» до самых незначительных «Школьная жизнь» и «Предпочтения в одежде», молодежные группы могут найти свои собственные горячие темы для обсуждения в «Китайской молодежной газете».

Мы обнаружили, что, хотя эти темы охватывают широкий спектр вопросов, они всегда отвечают двум критериям:

Первый – это то, что они тесно связаны с личными интересами читателей и могут стимулировать их желание участвовать. Независимо от того, идет ли речь о правительстве, правовой системе или средствах к существованию людей, «Китайская молодежная газета» комментирует близкие нам вещи. Она берет за основу окружающие нас мелочи, а затем поднимается на определенную высоту.

Во-вторых, газета обладает сильным чувством реальности и способна полностью улавливать пульс времени. Например, в самый серьезный период распространения синегнойной пневмонии «Китайская молодежная газета» внимательно следила за развитием и ходом вспышки синегнойной пневмонии, опираясь на точку зрения молодых людей, уделяя особое внимание профилактике и контролю вспышки, инициативам по обеспечению людей средствами к существованию и общественным проблемам, и запланировала выпустить 23 статьи, разъясняющие ситуацию. Среди них «Весной, во имя молодежи, чтобы отдать дань великой любви», «Перед лицом эпидемии, не бойся» и так далее, показывая молодых добровольцев, которые боролись на передовой, а также молодежные группы в критические моменты [25].

Китайская молодежная газета внимательно следила за политикой и инициативами, связанными с эпидемией, проводила рациональный анализ и давала объективные комментарии, сыграла хорошую роль в формировании общественного мнения. Из этого можно сделать вывод, что «Китайская молодежная газета» является правильной ценностной ориентацией молодежных медиа.

Если говорить о деталях, то стоит также изучить типы новостей и оформление «Китайской молодежной газеты». В «Китайской молодежной газете» есть различные разделы, и есть три основных, наиболее стабильных и представительных раздела, а именно: «Основные моменты», «Молодежные темы» и «Ежедневные новости», и именно эти три раздела будут использованы для анализа соответствующих особенностей газеты «Китайская молодежь». В качестве примера для аргументации я выбрал газету «Китайская молодежная газета» за 20 марта 2024 года.

1. «Основные новости»

Раздел «Главные новости» относится к важным новостям и является наиболее важным, его нельзя игнорировать во всей газете (Рисунок 16, с.72).

В молодежных медиа заголовки являются очень важной частью. Хань Лянь, китайский журналист, в своей книге отметил: «Заголовок новости – это не только важная часть полного репортажа, но также играет жизненно важную роль в подаче новостной информации. Включение объективных новостных фактов в заголовок – это процесс совершенствования и обобщения языка, и обобщенный язык заголовка должен быть более типичным и выразительным, чем общий письменный и устный язык» [48].

В «Важных новостях» все заголовки статей имеют общую черту – лаконичность и четкую точку зрения. Заголовок новости – это краткое изложение фактов новости, это суть содержания новости. Может ли новостное сообщение привлечь аудиторию, заголовок имеет решающее значение, поскольку это первое визуальное воздействие на аудиторию, хороший заголовок может сыграть роль завершающего штриха. Например, «Великие мастера-ремесленники тридцать семь лет сосредоточились на производстве рисовой бумаги», «пятая «Добровольная литература», сочинительская деятельность, объявлены победившие работы» и так далее, названия просты и лаконичны, не только объясняют основную тему сообщения, но и позволяют людям понять его с первого взгляда. Заголовки напрямую излагают факты новости, аудитория, читающая заголовки, в основном понимает суть отчета.

С точки зрения оформления, раздел «Важные новости» – это первая полоса «Китайской молодежной газеты», и фотографии, занимающие ее визуальный центр, либо очень актуальны, либо имеют большое значение или глубокий подтекст. Поэтому в качестве темы используются фотографии, а для более полного объяснения читателям их содержания – текст. Картинка на главной странице должна быть самой важной и заслуживающей внимания новостью, которая должна с первого раза привлечь внимание читателей.

Первая картинка на главной странице должна быть самой важной и заслуживающей внимания новостью. Например, содержание картинки в Приложении 16: Законодательный совет САР Гонконг единогласно принял в третьем чтении Указ о поддержании национальной безопасности. Эта новость означает, что САРГ выполнила свою конституционную обязанность в соответствии со статьей 23 Основного закона и добилась значительного прогресса в совершенствовании правовой системы и механизма обеспечения национальной безопасности в САРГ. Таким образом, это также подтверждает критерии выбора тем молодежными СМИ в предыдущем разделе: развитие молодежи тесно связано с ситуацией в стране, и молодежные группы должны быть информированы об актуальных делах страны (Рисунок 16, с.72).

Что касается типов новостей, то наиболее распространенными типами новостей, используемыми в «Новостях», являются прямые репортажи и заметки. Потому что эти два типа могут наиболее объективно и точно представить содержание. Например, сегодня состоялось второе пленарное заседание 17-й сессии провинциального комитета Коммунистической лиги молодежи провинции Цзянси, статья была опубликована в виде прямого репортажа, чтобы молодые читатели могли глубже понять и усвоить содержание, и этот тип также наиболее часто используется многими молодежными медиа.

2. «Молодежные темы». По сравнению с «Новостями», общий стиль этого раздела будет более спокойным, а содержание – более разнообразным. В этом разделе высока доля «перекрестных» новостных заголовков, ставящих вопросы, например, «Как миска острых горячих горшочков может способствовать развитию культурного туризма? и «Сопровождение домашнего задания: требование детей или отказ родителей? и так далее – все они задают вопросы читателям в манере спрашивать, но не отвечать, тем самым вызывая вопросы и мысли читателей и достигая лучшего коммуникативного эффекта (Рисунок 17, с.73).

Что касается макета, то этот макет, кажется, стремится к эффекту попадания в точку. Макет простой, но не упрощенный, с некоторыми деталями, подчеркивающими особенности и достоинства макета. Компоновка страницы – ключевой момент в трактовке основного и второстепенного и соотношении графики и текста. В отличие от заголовков в разделе «Основные моменты», которые конкурируют друг с другом и имеют свою направленность, заголовки в разделе «Молодежные темы» имеют абсолютное преимущество в плане шрифта, размера шрифта и занимаемого пространства. Каждый день горячая тема для новой молодежной группы, которой предстоит играть направляющую роль.

Исходя из принципа избирательного внимания, людям достаточно запоминать одну новость из этого раздела каждый день.

Стоит отметить, что в этом разделе нет фотографий. Вместо этого каждый выпуск иллюстрируется оригинальной карикатурой с текстовым комментарием для создания визуального центра (Рисунок 17, с.73). Говорят, что сейчас «век чтения картинок», и страница без картинок заставит читателей терять терпение, чтобы дочитать до конца. Для СУЖ было бы очень разумно использовать более абстрактные карикатуры вместо новостных картинок в этом разделе. Потому что слишком конкретные и насыщенные сюжетами картинки ослабят остроту статьи. Такое сочетание графики и текста оставляет больше места для воображения читателя и отвечает требованиям верстки.

На этой странице представлено множество различных типов новостей, и здесь нет фиксированного типа, но, сравнив несколько выпусков газеты, я обнаружил, что здесь больше тематических статей и авторских колонок, причем все они представлены в индивидуальном и остром стиле, чтобы соответствовать разнообразным темам, интересующим современную молодежь.

3. «Ежедневные новости».

Этот раздел предназначен для общих новостей. Первое впечатление от раздела «Ежедневные новости» – это информативность и географическое разнообразие. Для него характерны прямолинейный подход и изложение фактов.

Заголовки сообщений, опубликованных в разделе «Ежедневные новости», в основном содержат прямое изложение фактов, например, «Форум Чжунгуаньцунь 2024 года состоится 25 апреля», «Фуцзянь запускает пилотный класс интегрированной средней школы» и т. д. – все это прямое изложение фактов в заголовках, так что аудитория в основном понимает основное содержание сообщений после прочтения заголовков. В то же время раздел выбирает много местных молодежных новостей, что также является особенностью центрального медиа в структуре медиа Китая, с более широким диапазоном освещения новостей.

Структура этого раздела более консервативна и лучше отвечает «общему» характеру. Наиболее характерной чертой «Ежедневных новостей» является консервативная структура слева направо с трехчастным расположением. Порядок слева направо, сверху вниз отражает логическое мышление всех аспектов, что хорошо отвечает двум требованиям – содержанию и позиционированию макета (Рисунок 18, с.73). Общий вид макета аккуратный, читатели могут быстро отфильтровать последние новости каждого города в

соответствии с их собственным фокусом, так что это также удобный и вдумчивый опыт чтения для читателей.

В отличие от «Основных моментов», фотографии новостей на этой странице не обязательно обладают достаточным визуальным воздействием, а лишь делают соответствующие новости более насыщенными и яркими за счет эффекта отражения картинок и текстов друг в друге; с другой стороны, в отличие от «Молодежных тем», фотографии на этой странице представлены не в виде абстракции, а в виде серии картинок. С другой стороны, в отличие от «Молодежных тем», картинки на этой странице – не абстрактные карикатуры, а новостные фотографии с ощущением места действия, которые создают у читателя ощущение присутствия и приближают его к читателям(Рисунок 19,с.74).

В настоящее время интеграция традиционных медиа «Китайской молодежной газеты» и новых медиа в Интернете стала актуальной тенденцией развития культуры, а также важным направлением развития молодежных медиа Китая. «Китайская молодежная газета» взяла курс на интеграцию онлайн-газет, объединила влияние шести веб-сайтов, а именно «Китайская молодежь онлайн», «Школьная медиасеть», «Qingyun.com», «Сеть обучения предпринимательству КАВ», «Китайская молодежная волонтерская сеть» и «Китайская молодежная сеть общественного благосостояния». И продвинула сайт «Китайской молодежной газеты», микроблог юридического лица (Sina и Tencent) «Китайской молодежной газеты», официальный микроблог «Китайской молодежной газеты» (Sina и Tencent), а также официальный WeChat «Китайской молодежной газеты», Tencent, официальный сайт «Китайской молодежной газеты» в WeChat и матрицу общественных номеров WeChat и другие мобильные конструкции, энергично улучшать возможности создания мобильных продуктов, live, micro-video и других, и прилагать все усилия для создания платформы для коммуникации всех СМИ, платформы для роста студентов колледжа, платформы для информационного и интерактивного обслуживания сообщества, платформы для поддержки общественного благосостояния национальных добровольцев и других четырех интеграционных платформ, в попытке построить новый тип основной молодежной медиагруппы с большим авторитетом, распространением и влиянием [18].

На примере «Китайской молодежной газеты» можно сказать, что Китай продвигается по разным путям, пытаясь использовать эпоху как возможность, взять за основу новости и постоянно обновлять форму коммуникации, а также пытаясь быть близким к эстетике молодежи, сформировать ценности молодежи,

что дает полезный опыт для роста и продвижения социалистических основных ценностей и работы новостей и общественного мнения в новую эпоху.

«Китайская молодежная газета», как молодежное медиа, имеет четкое позиционирование, разнообразное содержание и современную редакционную философию. Глубоко анализируя вопросы, волнующие молодых людей, и приводя практические примеры, газета активно ориентирует молодых читателей на участие в жизни общества, обращает внимание на актуальные проблемы, предоставляет информацию и поддержку, необходимые для их роста и развития. Диверсификация, инновации – важные тенденции в развитии китайских молодежных медиа. С изменением времени и развитием технологий китайские молодежные медиа будут адаптироваться к новым потребностям развития в постоянном поиске и предоставлять более качественные и разнообразные медиапродукты и услуги для молодежных групп.

3.2 Белорусская молодежная газета «Знамя юности» и ее роль в воспитании молодежи

3.2.1. История газеты «Знамя юности»

Молодежные медиа, являясь неотъемлемой частью общества, играют важную роль в направлении и отражении мыслей молодых людей. В Беларуси белорусская молодежная общественно-политическая газета «Знамя юности», являясь представительным молодежным медиа на национальном уровне, имеет ряд уникальных структурных особенностей. В данной статье мы рассмотрим структурные особенности «Знамя юности» с нескольких точек зрения, чтобы понять механизмы функционирования молодежных медиа и их влияние на молодежные группы.

«Знамя юности» – общественно-политическая газета молодежи Беларуси. Выходит каждый четверг в 24 номерах формата А3. Издается в издательском доме «Беларусь сегодня», учредителем которого является Администрация Президента Республики Беларусь. Газета «Знамя юности» является национальным СМИ белорусской молодежной медиаструктуры и крупнейшим молодежным медиа в Беларуси.

Рождение «Знамя юности» не было случайным, оно было порождено специфической социальной средой и культурными потребностями Беларуси того времени, отражая важность и ориентиры белорусского государства на молодежную культуру в XX веке. В первой главе упоминается, что в Беларуси в разгаре была третья пятилетка, и основным содержанием молодежных изданий

в белорусской журналистике было воспитание молодежи в духе марксизма-ленинизма, любви к социалистическому делу, а также идеологическая подготовка к защите Родины и войне с фашизмом [9].

С началом переходного периода в стране белорусское правительство осознало, что молодежь – это будущая сила общественного развития и что необходима специальная платформа, которая бы направляла и объединяла голоса молодежи. Именно в этом контексте родилось издание, призванное стать важным мостом между властью, обществом и молодыми людьми.

Так, 10 апреля 1938 года вышла в свет крупнейшая белорусская молодежная газета «Знамя юности». Газета печаталась совместно Центральным комитетом белорусского комсомола и Минским областным комитетом. Первый номер вышел 10 апреля 1938 года под названием «Сталинская молодёжь». С 1956 года газета учреждена Центральным комитетом белорусского комсомола [22].

Во время Отечественной войны газета распространялась на одном из фронтов Красной Армии в виде листовок формата А4. Первый длинный номер послевоенной газеты «Сталинская молодёжь» вышел 6 июля 1945 года [12]. В июне 1956 года Стalinская молодёжь была переименована в газету «Знамя юности»(Рисунок 20,с.74).

В 1980-е годы «Знамя юности» стала одной из самых популярных газет в Беларуси. Ее выпуск стал важной вехой в истории развития молодежных медиа в Беларуси, а также новым пониманием и ожиданиями от молодежных медиа в стране.

С момента своего основания «Знамя юности» неизменно сохраняет свою социальную ответственность, передавая через различные формы освещения и деятельности политические ориентиры белорусского государства, а также отражая динамику мыслей и социальных проблем молодежи. Игорь Луцкий, заместитель главы Администрации президента Беларуси, в своем выступлении по случаю 85-летия газеты «Знамя юности» также отметил: *«Время диктует новые подходы и новые темы. Мы должны воспитывать свою молодежь гражданами, ответственными гражданами, поэтому задача «Знаменки» - дойти до каждого молодого человека»* [20]. Это высказывание отражает значимость «Знамя юности» для Беларуси и его просветительский характер для молодежной аудитории. В то же время оно отражает его уникальное положение в сфере молодежных медиа как окна диалога между государством и молодежью и средства распространения информации.

Согласно информации, опубликованной на белорусском новостном сайте «sb.by»: «Молодежь в Беларуси – это люди в возрасте от 14 до 30 лет. По состоянию на 1 января 2023 года в стране проживает около 1,64 миллиона человек этой возрастной группы. Это 17,8 % от общей численности населения» [31](Рисунок 21,с.75). Таким образом, аудитория «Знамя юности» ориентирована на молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет, и большинство молодежных СМИ в Беларуси имеют аудиторию в этом возрастном диапазоне.

«Знамя юности» было создано на основе заботы и ожиданий белорусского правительства о молодежи и с момента своего основания призвано удовлетворять потребности молодых людей в информации, выражении мнений и культурном обмене. Специальный корреспондент «Знамя юности» Полина Гальдевич также отметила в интервью: *«Мы пишем на разные темы, потому что молодежь интересует сейчас все: от технологий до книг и всего остального. Лично мне больше всего нравится кино и книги, но стараюсь выбирать интересные темы, потому что хочется, чтобы материал был интересен и студентам, и работающей молодежи»* [20].

В ходе своего развития «Знамя юности», обладая острым восприятием времени и чувством социальной ответственности, постепенно сформировало особое позиционирование – стать важным мостом, соединяющим молодежь и общество, и особенно играть незаменимую роль в распространении информации, социальной ответственности и культурном ориентировании.

3.2.2 Типология молодежных проблем на страницах газеты

«Знамя юности» отражает высокую степень разнообразия в своих рубриках. Она охватывает политику, экономику, культуру, спорт, образование и другие сферы, что отвечает разнообразным потребностям молодых читателей в знаниях. Такое разнообразие рубрик позволяет не только расширить кругозор молодых читателей, но и удовлетворить их интерес к содержанию различных тем. Как представляет себя «Знамя юности»: *«Мы пишем о том, что тебя волнует! Каждую неделю мы выбираем тему, которая будет тебе интересна! Мы уверены, что ты талантлив и предлагаешь делать газету вместе! Мы молодые, яркие, креативные и веселые! Нам почти 85, но мы еще ОГО-ГО!»* [22].

Темы контента молодежных медиа являются основными элементами их коммуникативной информации, что влияет на способ подачи информации и опыт восприятия ее аудиторией. В современной цифровой и сетевой медиасреде

структурой контента молодежных медиа диверсифицирована, интерактивна и персонализирована. С точки зрения типов контента современные молодежные медиа более склонны интегрировать новостные сообщения (например, сочетание фоторепортажей и видеостатей), обмен информацией в социальных сетях, индивидуальный пользовательский контент и развлекательные элементы, такие как прямые трансляции новостей, короткие видео, блоги и дискуссионные форумы, чтобы удовлетворить потребность молодых людей в быстром доступе к информации и стремление к свежести.

Стоит отметить, что в «Знамя юности» часть контента также будет создаваться при участии пользователей платформы, что существенно отличает ее от одностороннего потока информации в традиционных медиа. Каждый месяц студенты Института журналистики БГУ готовят спецвыпуск «Я так вижу», где высказывают свои самые смелые суждения, а в клубе «Сверстник» молодые авторы встречаются с НАМИ, обсуждают темы и пишут собственные статьи. Это еще больше отражает философию молодежных медиа, которая предполагает вовлечение молодежного сообщества в медиасреду и совместное развитие.

Выбор тем для контента молодежных медиа «Знамя юности» также отличается от выбора тем для массовых медиа. Молодежные медиа, как правило, фокусируются на актуальных событиях и темах, особенно на тех, которые имеют отношение к жизни молодых людей, таких как наука и техника, культура, образование, социальные вопросы и т. д. В то же время газета фокусируется на вопросах образования и трудоустройства. Улучшение жилищных условий, организация досуга, пропаганда здорового образа жизни, воспитание патриотизма и ответственности за порученное дело. Для анализа мы выбрали газету от 14 марта 2024 года.

Например, «Знамя юности» выставило на своем сайте несколько рубрик, причем рубрики в каждом выпуске очень разнообразны. Более презентативен раздел номера «Знамя юности», который я выбрал 14 марта 2024 года. В этом выпуске есть рубрики: «Разберемся», «Рядом с нами», «Тема», «Красота и здоровье», «Sport time», «Наука в ударе». На основе этих рубрик мы рассмотрим тематику и проблематику газеты.

1. «РАЗБЕРЕМСЯ»

Это контент и информация, которая вам интересна, которую необходимо знать, а также некоторые неизвестные знания(Рисунок 22,с.75). Например, статьи «Посмотрели, как волонтеры помогают гражданам Украины, получившим временное положение в нашей стране», «В МВД рассказали,

какую помочь могут получить вынужденные мигранты в нашей стране», «Успеть к лету, не выходя из дома». Эти статьи тесно связаны с жизнью молодежи, а также помогут молодым людям расширить свои знания, что подтверждает ценностный тренд белорусских молодежных СМИ.

Из нескольких статей, представленных выше, видно, что названия имеют общую черту – название в форме вопроса. Рычкова, Л. В. в своей статье «Вопросительные конструкции в заголовках СМИ как средство интерактивной социальной коммуникации» отметила: *«Анализ показал, что авторы разных изданий в разной степени используют вопросительную форму заголовков для оформления диалога со своими читателями»* [22]. Можно сделать вывод, что заголовок в форме вопроса призван способствовать возникновению чувства общения с читателем, и в то же время заголовок в форме вопроса вызывает желание прочитать новость и узнать, «чем же все закончилось». В сочетании с темой раздела он также подсказывает, какую информацию читатель может ожидать от статьи.

Тип новостей в этом разделе обычно представлен в виде авторских колонок, очерков и фоторепортажей, а общий стиль – более жизненный и непринужденный, приближенный к жизни молодежи.

2. «РЯДОМ С НАМИ». Данная рубрика является постоянной в газете «Знамя юности». Содержимое этого раздела будет выбрано для публикации деятельности некоторых молодежных групп, историй выдающихся молодежных деятелей или некоторых политик и правил, касающихся молодежи. Например «Стал депутатом в 18 лет. Зачем? История студента из Бреста»; «Алина Провалинская отучилась на фельдшера-акушера, но в итоге пошла за мечтой – теперь служит в ОМОН»; «ЦЭ и ЦТ проведут в единые сроки, медалистов примут без экзаменов. Новшества вступительной кампании – 2024». Эти материалы направлены на передачу позитивной энергии и позитивных ценностей, помогая молодым людям стремиться к здоровью и прогрессу в своих мыслях и поведении, и в то же время проникать в жизнь своих сверстников.

Что касается заголовков, то заголовки этого раздела не создают особого напряжения и кратко поясняют основные моменты текста. Преимущество таких заголовков заключается в том, что они позволяют читателям быстро фильтровать информацию, которую они хотят прочитать.

Наиболее часто используемые типы статей — интервью, фоторепортажи, заметки. Фиксированного типа новостей нет, но стиль текста не скучный и соответствует читательской ориентации молодежи.

3. «ТЕМА»

В этом разделе собраны все актуальные темы, интересующие подростков. Горячие темы включают, помимо прочего, следующие аспекты: социальные сети, модные тенденции, технологии и Интернет, домашние животные и другие темы. Что касается этих острых тем, названия молодежных СМИ обычно имеют следующие характеристики:

1. Привлечение внимания: привлекательные слова, знаки препинания или цифры, привлекающие читателей к клику. Например «Ламинирование – с 14, укладка бровей – с 18. Педиатр назвала развивающийся возраст для бьюти-процедуры».

2. Интрига и актуальность: неизвестные, противоречивые, новые и другие элементы, чтобы создать интригу и пробудить интерес читателей к обсуждению. Например «Хотел заработать, а стал фигурантом уголовного дела».

3. Непринужденный и юмористический стиль речи. Например «Чашка на колесиках и принтер для ногтей. Топ-7 самых странных товаров на маркетплейсах».

Характеристики этих заголовков не такие, как у первых двух разделов.

Что касается новостных типов статей в этих разделах, то они обычно принимают следующие формы: информационные сообщения, специальные репортажи и интервью с людьми. В этом разделе вы можете найти любую актуальную тему, которая вас интересует.

4. «КРАСОТА И ЗДОРОВЬЕ», «СПОРТ ВРЕМЯ», «НАУКА В УДАРЕ»

Каждый из этих трех разделов имеет определенную тему, указанную в теме. Он более ориентирован на читателей, и ценностная направленность разных разделов различна. Спортивный раздел молодежных газет призван предоставлять молодым людям новости и информацию о спортивных мероприятиях, спорте и здоровье и т. д., способствовать их занятиям спортом и улучшать их физическую форму. В разделе красоты представлены материалы по уходу за кожей, макияжу, здоровому питанию и т. д., которые помогут молодым людям понять знания о красоте и улучшить свой внешний имидж. Секция науки направлена на ознакомление с научно-техническим прогрессом, научно-популярными знаниями и т. д., пробуждение интереса молодежи к науке, содействие пониманию научных знаний и расширение их знаний.

Понятно, что «Знамя юности» обеспечивает разносторонний информационный контент, обогащает запасы знаний молодежи, ориентирует ее на позитивный образ жизни. Эти сегментированные разделы контента также

удовлетворяют потребности в чтении различных групп по интересам. Именно поэтому у «Знамени Юности» теперь много читателей.

Средства коммуникации являются ключевым компонентом деятельности средств массовой информации, отражая пути и каналы, по которым течет информация, и их роль в формировании общественного восприятия и социального влияния. Для национальных молодежных СМИ, таких как «Знамя Юности», их коммуникационная структура особенно важна, поскольку она напрямую влияет на эффективность и влияние передачи информации.

Нам необходимо понимать, что коммуникационная структура молодежных СМИ обычно включает в себя традиционные каналы СМИ, такие как печатные издания, телевидение и радио, а также современные цифровые платформы, такие как социальные сети, новостные онлайн-сайты и мобильные приложения. Являясь представительным молодежным СМИ в Беларуси, «Знамя юности» имеет коммуникационную структуру, которая интегрирует эти элементы и адаптируется к изменениям в поведении пользователей в цифровую эпоху. Социологические исследования показывают, что основным источником информации для 87% молодых людей в возрасте 18-29 лет являются новостные сайты. По данным некоторых опросов, почти 70% молодых людей используют социальные сети и системы обмена мгновенными сообщениями в качестве основного источника информации. Традиционные СМИ (телевидение и газеты) составляют лишь 15,5% молодёжной аудитории» [15]. Поэтому «Знамя юности» также активно адаптируется к развитию времени и вносит изменения.

У газеты «Знамя юности», помимо печатной версии, есть веб-версия. Мы наблюдаем более высокую зависимость подростков от социальных сетей. Помимо возможности онлайн-чтения на сайте [«sb.by/zn»](http://sb.by/zn), «Знамя юности» также открыло аккаунты в разных социальных сетях: «ВКонтакте» и «Facebook»(Рисунок 23,с.76). «Знамя Юности» активно использует социальные сети для распространения контента и взаимодействия. Благодаря анализу данных мы видим, что время распространения новостей, формат контента и стратегия взаимодействия были оптимизированы для привлечения и удержания молодой аудитории.

Однако, несмотря на удобство, которое приносит цифровизация, газете по-прежнему необходимо обращать внимание на влияние традиционных медиаканалов. Согласно опросу 2021 года, хотя молодые люди и предпочитают онлайн-чтение, все еще есть группы, которые предпочитают традиционные средства массовой информации, особенно те, кто менее знаком с цифровыми технологиями. Поэтому для газеты «Знамя Юности» крайне важно

поддерживать диверсифицированные каналы коммуникации, принимая во внимание как онлайн, так и офлайн.

«Одно остается несомненным – это донесение объективной журналистской информации, донесение наших правд об исторических событиях и о том, что сейчас происходит в нашей стране. Средства массовой информации, о которых мы много говорим, не всегда делают то, что является цифровой правдой», – отметил экс-министр информации Беларусь Владимир Перцов [32]. Прозрачность коммуникационной структуры и достоверность информации также являются важными показателями качества СМИ. Как «Знамя юности» обеспечивает точность и достоверность информации в процессе общения, а также как бороться с онлайн-слухами и фейковыми новостями — это части, которые нельзя игнорировать при изучении ее коммуникационной структуры.

Сегодня тираж «Знамя юности» составляет более 40 000 экземпляров. В планах творческого коллектива также запуск новых молодежных проектов. Даже в цифровую эпоху изданию «Знамя молодежи» удается поддерживать интерес читателей. Министр образования Андрей Иванец на празднике по случаю юбилея газеты дал хороший отзыв о нынешнем «Знамени юности»: «Молодежь всегда отличает желание стремиться вперед, она имеет в хорошем смысле бунтарский характер. И то, что есть такое замечательное издание, которое на своих страницах отражает актуальную повестку, не теряет своей значимости и популярности, говорит о том, что мы движемся в абсолютно правильном направлении»[11].

Это утверждение также подтверждает направленность молодежных медиа в Беларусь, которые как ценностно-ориентированная среда мотивируют и вдохновляют молодых читателей стремиться к прогрессу, обращать внимание на развитие общества и транслировать позитивные ценности. В то же время она побуждает читателей задумываться над явлениями, развивает способность мыслить самостоятельно и ведет молодежь вперед.

Вышеперечисленные структурные особенности свидетельствуют об уникальности белорусского молодежного медиа «Знамя юности». Разнообразие программ отвечает интеллектуальным потребностям и интересам молодых читателей, коллективное принятие решений и участие повышают взаимодействие между читателями и медиа, а интеграция с социальными сетями расширяет каналы коммуникации. В то же время «Знамя юности», характеризующееся независимостью, объективностью и ориентацией на молодежь, играет важную социальную роль, направляя и мотивируя молодых читателей. Понимание и изучение этих структурных особенностей поможет нам

лучше понять механизмы функционирования молодежных медиа в Беларуси и их влияние на молодежные группы.

Выводы по Главе 3.

1. «Китайская молодежная газета», будучи газетой для молодых читателей, фокусируется на сообщениях в области общества, образования, занятости и культуры, затрагивающих молодежные группы, а также передает информацию и опыт о развитии и росте молодежи. Ее основная миссия – это формирование ценностных ориентиров молодежи. Газета всегда улавливает пульс времени, обращает внимание на динамику мышления молодежи, передает правильные ценности и общественную мораль через комментарии и специальные репортажи, направляя молодых людей на формирование правильного взгляда на жизнь и мир.

2. В ходе своего развития белорусская молодежная газета «Знамя юности», обладая острым восприятием времени и чувством социальной ответственности, постепенно сформировало особое позиционирование – стать важным мостом, соединяющим молодежь и общество, и особенно играть незаменимую роль в распространении информации, социальной ответственности и культурном ориентировании.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучив историческое развитие и структурные особенности молодежных медиа в двух странах, в частности на примере китайского молодежного издания «Китайская молодежная газета» и белорусского «Знамя Юности», мы выявили общую структуру и особенности молодежных медиа в различных социальных контекстах.

1. С ростом сложности молодежной медиасреды во всем мире понимание и оптимизация структурных и типологических характеристик молодежных медиа имеет решающее значение для усиления воздействия и адаптивности молодежных медиа. В будущем молодежные медиа должны продолжать ориентироваться на возможности и вызовы, связанные с технологическими изменениями, и постоянно корректировать и оптимизировать свои структуры, чтобы лучше удовлетворять потребности и развивать молодежные группы.

2. Через изучение исторического развития молодежных медиа в Китае и Беларуси можно обнаружить, что историческое развитие молодежных медиа в Китае и Беларуси имеет общие черты, такие как рост в соответствии с ситуацией развития страны, а также оба фокусируются на росте и развитии молодежи и технологических инновациях для содействия развитию. Однако из-за различий в историческом фоне, политической обстановке и развитии революции молодежные медиа двух стран демонстрируют разные характеристики и траектории своего исторического развития. Например, историческое развитие молодежных медиа в Китае относительно длительное, многоэтапное: от политической пропаганды на заре становления Нового Китая до диверсифицированного развития после реформ и открытости. История развития молодежных медиа в Беларуси относительно коротка, в основном они развивались в контексте независимого государства после распада Советского Союза. Окончательный вывод заключается в том, что молодежные медиа играют очень важную роль в социальном прогрессе и культурном наследии, а также в основном понимают, как культивировать мысли и идеологии молодежных групп в диверсифицированной медиасреде.

3. Благодаря сравнительному исследованию молодежных медиа в Китае и Беларуси мы получили более полное представление об особенностях структуры и типах молодежных медиа, а также о путях их развития в различных социальных контекстах. Анализируя особенности структуры типов молодежных медиа в двух странах, можно сделать вывод, что, несмотря на незначительные различия в определении структуры молодежных медиа, общее направление все

же имеет много общих моментов. Например, и в Беларуси, и в Китае структуры молодежных медиа делятся на традиционные, онлайн и новые, а также медиа определяются в соответствии с национальными, региональными и другими критериями. Благодаря этому исследованию мы можем получить полезные рекомендации и уроки для дальнейшего развития молодежных медиа.

4. Конкретные примеры молодежных медиа в двух странах анализируются отдельно, чтобы глубже понять формы и специфические детали молодежных медиа в Китае и Беларуси. Анализируя «Китайскую молодежную газету», мы получаем более глубокое понимание структурного типа и направления развития молодежных медиа в Китае, что создает теоретическую основу для молодежных медиа. Структурные типы китайских молодежных медиа характеризуются плюрализмом, инновационностью как важными тенденциями в их развитии. С изменением времени и прогрессом технологий китайские молодежные медиа будут адаптироваться к новым потребностям развития в постоянном поиске и предоставлять более качественные и разнообразные медиапродукты и услуги для молодежных групп.

Анализируя и изучая особенности структуры контента «Знамя Юности», мы заметили, что он стремится сосредоточиться на молодежных проблемах при отборе и подаче информации, а также делает акцент на интерактивности и участии, что отражает потребность молодой аудитории в персонализированном и мгновенном контенте в эпоху новых медиа. Эта контент-стратегия дает возможность другим медиа понять, как создать структуру, привлекающую внимание молодой аудитории и отвечающую потребностям молодых пользователей.

Подводя итог, можно сказать, что молодежные медиа имеют богатую историю развития, уникальные структурные типы характеристик и положительное влияние как в Китае, так и в Беларуси. Молодежные медиа в Китае богаты и разнообразны по форме, удовлетворяя разнообразные информационные потребности молодых людей; в то время как молодежные медиа в Беларуси фокусируются на темах, интересных для молодых людей, удовлетворяя их потребности в социальных вопросах и личностном росте. «Китайская молодежная газета» и «Знамя Юности», как два типичных молодежных медиа, создали более широкое пространство для развития молодых людей, высказывая свое мнение, фокусируясь на темах и способствуя социальному прогрессу. Развитие молодежных медиа играет важную роль в направлении мыслей молодых людей, содействии социальному прогрессу и воспитании выдающихся талантов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балытников, В. В. Четвертая власть: правовое регулирование / В.В. Балытников // Общественные науки и современность. – 1994 г. № 6 (1994). – С. 165.
2. Богданова, А. А. Система медиаобразования молодежи в Республике Беларусь / А. А. Богданова, Л. И. Петрова // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. - Минск : БГТУ, 2017. - № 2 (201). – С. 71.
3. Богданова, А. А. Типология молодежных СМИ. Современное состояние молодежных СМИ / А. А. Богданова // Скориновские чтения 2016: книга как феномен культуры, искусства, технологии : материалы II Международного форума, 6-7 сентября 2016 г. / Белорусский государственный технологический университет ; [оргком.: И. В. Войтов (сопред.) и др.]. - Минск : БГТУ, 2016. - С. 98.
4. Жарашуева А. Э. Информационное наполнение современных молодежных СМИ / А. Э. Жарашуева, Г. В. Заярская // Инновационный потенциал молодежи: глобализация, политика, интеграция : сборник статей участников Междунар. молодежн. науч.-исслед. конф. (Екатеринбург, 25–26 октября 2016 года). — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — С.184.
5. Закон Республики Беларусь от 17.07.2008 № 427-З «О средствах массовой информации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800427>. – Дата доступа: 22.03.2024.
6. Итоги выполнения первого пятилетнего плана развития народного хозяйства БССР [Текст] : [сборник статистических материалов]. – Мин.: Соцэкгиз, 1933. – 390 с.
7. Избранные произведения «Новой молодёжи». – BEIJING BOOK CO.INC., 2019. – 324 с.
8. КПСС к резолюциям и решениям съездов, конференций и Пленумов ЦК», т. 2. М., 1970. – С. 360.
9. Краткий курс истории ВКП(б)». Текст и его история. В 2 частях. Часть 1. История текста «Краткого курса истории ВКП (б)». 1931-1956 / сост. М. В. Зеленов, Д. Бранденбергер. — М.: РОССПЭН, 2014. — 794 с.
10. Мельникова, Л. И. Белорусское молодежное телевещание: историко-практический опыт / Л.И. Мельникова // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф. / Беларус. дзярж. ун-т, ф-т журналістыкі ; рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк. рэд) [i

інш]. – Мінск, 2016. – Вып. 18. – с. 54.

11. Организационная коммуникация: материалы междунар. науч.-практ. конф., 23-24 апр. 2014г., Минск/ О.В.Терещенко (отв. Ред.) [и др.]- Минск: Изд. центр БГУ, 2014. – С. 126–127.

12. Радиожурналистика: учеб. пособие / под ред. А.А. Шереля. – Москва: Изд-во МГУ, 2000. – 480 с.

13. Слuka, O. Г. СМИ Беларуси в условиях строительства социально ориентированной экономики / O. Г. Слuka. - Минск : БГУ, 2011.- С.4.

14. Ховланд, К. И. Коммуникация и убеждение / К. И. Ховланд, И. Л. Дженис, Х. Х. Келли. – Нью-Хейвен, Лондон: издательство Йельского университета, 1964. – 315 с.

15. “В Беларуси 70% молодежи использует соцсети и мессенджеры как основной источник информации” // БелТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://belta-by.turbopages.org/belta.by/s/society/view/v-belarusi-70-molodezhi-ispolzuet-sotsseti-i-messendzhery-kak-osnovnoj-istochnik-informatsii-472555-2021/>. – Дата доступа: 20.03.2024.

16. «Движение новой культуры...» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://my.mbd.baidu.com/r/1gAPhi1ftek?f=cp&u=067bfd46a142c6b>. – Дата доступа: 29.02.2024.

17. “ДОСЬЕ: 100 лет ВЛКСМ: создание комсомола Беларуси.” БелТА, 3 Sept. 2018[Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://belta-by.turbopages.org/turbo/belta.by/s/society/view/dose-100-let-vlksm-sozdanie-komsomola-belarusi-316268-2018/>. – Дата доступа: 08.03.2024.

18. «Ежедневный отчет о социальной ответственности молодежи Китая (2016 г.). Молодежь Китая в Интернете» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://m.cyol.com/content/2017-05/27/content_16122715_2.htm. – Дата доступа: 28.03.2024.

19. Журнал Белорусской молодежной общественной организации спасателей-пожарных «Юный спасатель» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ddu155.minsk.edu.by/be/main.aspx?guid=35061>. – Дата доступа: 23.03.2024.

20. «Знаменке» - 85! В свой юбилей главное молодежное издание страны побило рекорд по тиражу // Белтелерадиокомпания,[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tvr.by/news/obshchestvo/znamenke_85_v_svoi_yubiley_glavnoe_molodezhnoe_izdanie_strany_pobilo_rekord_po_tirazhu/. – Дата доступа: 22.03.2024.

21. «Звязда». Официальный сайт газеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zviazda.by/be>. – Дата доступа: 11.03.2024.
22. «Знамя юности». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/zn/>. – Дата доступа: 15.03.2024.
23. Иванец А.: «Знамя юности» не теряет своей значимости и популярности // БЕЛТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/ivanets-znamja-junosti-ne-terjaet-svoej-znachimosti-i-populjarnosti-560409-2023?ysclid=lun54m2tdh786812187#bounce>. – Дата доступа: 28.03.2024.
24. Информационный центр сети Интернет Китая, 52-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>. – Дата доступа: 16.03.2024.
25. Китайская молодежная сеть в полной мере использует преимущества новых медиа, собирает решимость посредством общения и укрепляет доверие с помощью популярных продуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cac.gov.cn/2020-03/24/c_1586598802770386.htm. – Дата доступа: 16.03.2024.
26. Китайский информационный центр Интернет-сети. 49-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае [ЕВ/ОЛ]. – Дата доступа: 2024.03.15.
27. Китайская молодежная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://m.youth.cn/>. – Дата доступа: 06.03.2024.
28. «Китайская молодежь». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ml.mbd.baidu.com/r/1gBB2jkC5Gg?f=cp&u=c41e3efc1d1c12da>. – Дата доступа: 27.02.2024.
29. «Китайская молодежная газета». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mzqb.cyol.com/html/2024-04/03/node_301.htm. – Дата доступа: 19.03.2024.
30. «Как Октябрьская революция повлияла на формирование белорусской государственности» // СБ. Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/oktyabrskiy-start.html>. – Дата доступа: 28.02.2024.
31. «Какой возраст в Беларуси считается молодежным?» // Онлайн Брест [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://onlinebrest.by/index.php/novosti/kakoy-vozrast-v-belarusi-schitaetsya>.

molodezhnym.html. – Дата доступа:28.03.2024.

32. «Молодежные СМИ в современном медиапространстве Беларуси // Журналистика в Беларуси. Mediana.by. Сетевое издание [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mediana.by/rubriki/issledovaniya/1170-molodezhnye-smi-v-sovremennom-mediaprostranstve-belorusi.html?ysclid=luj1d9khcl842217293>. – Дата доступа: 24.03.2024.

33. «Моладзь» (moladz.by). Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.moladz.by/>.–Дата доступа:20.03.2024.

34. «Новая молодежь». Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mo.mbd.baidu.com/r/1gBptKfEJri?f=cp&u=db4b3c34f11a6fd0>. – Дата доступа: 27.02.2024.

35. Об общих началах государственной молодежной политики в Республике Беларусь» Закон Республики Беларусь от 24 апреля 1992 г. №1629 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.–Дата доступа:20.03.2024.

36. «Отчет о социальной ответственности газеты China Youth Daily (2016 год) – CYD Online». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://m.cyol.com/gb/articles/2023-05/09/content_Ajpm0vUzLo.html.–Дата доступа: 22.03.2024.

37. «Принят Декрет о печати» // Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.prlib.ru/history/619704/ – Дата доступа:07.03.2024.

38. « Пекинская молодежная газета». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [Wap.yonet.com, wap.yonet.com/html/2024-04/07/node_1331.htm](http://wap.yonet.com/wap.yonet.com/html/2024-04/07/node_1331.htm). – Дата доступа: 2024.03.15.

39. «Си Цзиньпин: Выступление на конференции, посвященной 95-летию основания Коммунистической партии Китая_Rolling News_Chinese Government Network [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://www.gov.cn/xinwen/2021-04/15/content_5599747.htm?ivk_sa=1023197a. – Дата доступа:19.03.2024.

40. «Чырвонка. Чырвоная змена» // БРСМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://brsm.by/ru/chyrvonka-chyrvonaja-zmena-ru?ysclid=lubrqc1lt9137045589>. – Дата доступа: 11.03.2024.

41. «Чырвоная змена» // Национальная библиотеке Беларуси [Электронный ресурс].–Режим доступа: <https://bis.nlb.by/ru/documents/144740>. – Дата доступа:12.03.2024.

42. «Чырвонай змене» – 100! // Белдрук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://beldruk.by/новости/document-83223.html>. – Дата доступа: 15.03.2024.
43. Antony, J. What is social media / J. Antony. - New York: Kaplan Publishing, 2008, p. 67.
44. Chen Duxiu. What is the New Cultural Movement, Volume 2 of Selected Writings of Chen Duxiu. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 1993, p. 125-126.
45. Gillmor, Dan. We the Media : Grassroots Journalism by the People, for the People. Sebastopol, O'Reilly Media, Inc., 2006, p. 66.
46. Gong Chengbo. Introduction to New Media [M]. Beijing: China Radio and Television Press, 2011, p. 47.
47. [Japanese] Goto Yenko: A Study of Li Dazhao's Thought, translated by Wang Qing and others, Beijing: China Social Science Press, 1999 edition, p. 7.
48. Han Lian. Characteristics of contemporary news headlines [Small modern communication, 2000, p.96.
49. Pan Ruifang, Xie Wenrui, Zhong Xiangming. New Media New Sayings [M]. Beijing: China Radio and Television Press, 2014 ,p. 3.
50. Romas Sharmaitis (1981). Lithuanian Communist Party press 1917-1940: bibliography. Mintis. p. 324.
51. Shen Qiong. Research on Innovation and Reform of Radio and Television Programming and Directing in the New Media Era [J]. East and West, South and North, 2020, 558(10). p. 98-99.
52. Shi Lei. Introduction to new media [M]. Beijing: Communication University of China Press, 2009, p. 1-5.
53. Tong Bing. Dictionary of Journalism and Communication. Encyclopedia of China Publishing House, 2014, p.5.
54. Zhu Haisong. The Fifth Media [M]. Guangdong Economic Press, 2005, p.81.

ПРИЛОЖЕНИЕ

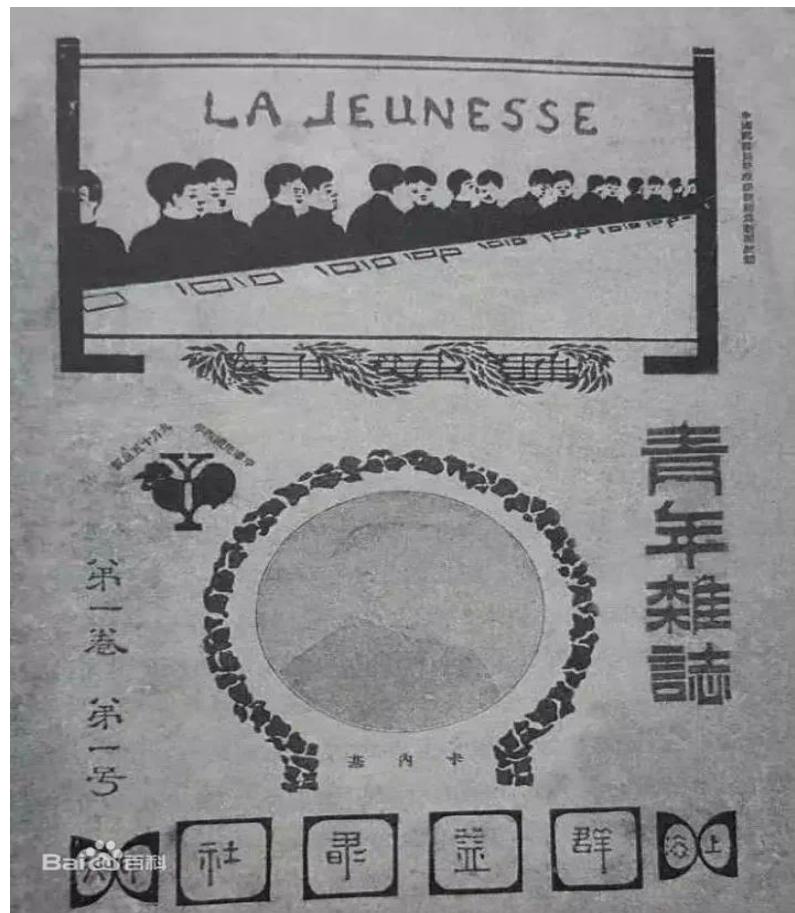


Рисунок 1



Рисунок 2

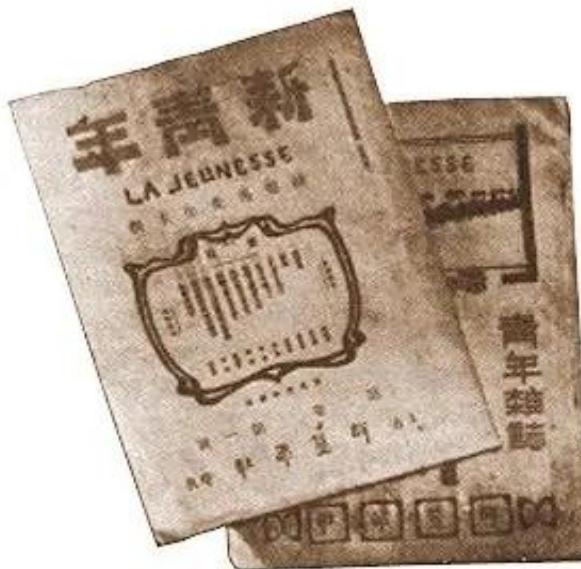


Рисунок 3

第六卷第四号	1919年4月15日	胡适、朱希祖、沈尹默、鲁迅、高一涵、周建人、周作人、陈独秀
第六卷第五号	1919年5月	顾孟余、黄凌霜、周作人、鲁迅、胡适、陈衡哲、陈启修、渊泉、刘秉麟、李大钊、高一涵、唐俟、张申府
第六卷第六号	1919年11月1日	鲁迅、沈兼士、胡适、吴虞、朱希祖、周作人、李大钊、钱玄同、刘半农、沈尹默
第七卷第一号	1919年12月1日	胡适、陈独秀、王星拱、张申府、陶孟和、任鸿隽、周作人、杨震华、杜国庠、程振基、耿丹、高一涵
第七卷第二号	1920年1月1日	陈独秀、高一涵、张慰慈、陶孟和、李大钊、沈尹默、沈兼士、俞平伯、鲁迅、周作人、张申府、宋春舫、傅斯年
第七卷第三号	1920年2月1日	胡适、陈独秀、张慰慈、鲁迅、周作人、张申府、朱希祖、李四杰、钱玄同、高一涵、马寅初
第七卷第四号	1920年3月1日	顾孟余、陶孟和、陈独秀、马寅初、张申府、鲁迅、孙伏园
第七卷第五号	1920年4月1日	蔡元培、陈独秀、高一涵、王星拱、刘半农、陈绵、鲁迅、周作人、胡适、李大钊、周建人、任鸿隽
第七卷第六号	1920年5月1日	李大钊、刘秉麟、陈独秀、张慰慈、高一涵、程振基、李泽彭、罗章龙、高君宇
第八卷第一号	1920年9月1日	陈独秀、蔡元培、胡适、陶孟和、康白情、鲁迅、陈衡哲、张申府、孙伏园
第八卷第二号	1920年10月1日	张申府、黄凌霜、茅盾、陶孟和、周建人、周作人、陈衡哲、胡适、刘半农
第八卷第三号	1920年11月1日	张申府、王星拱、李季、袁振英、茅盾、俞平伯、胡适、陈独秀、周作人
第八卷第四号	1920年12月1日	陈独秀、李大钊、张慰慈、周作人、俞平伯、鲁迅、张申府、袁振英
第八卷第五号	1921年1月1日	周建人、李季、俞平伯、胡适、袁振英、周作人
第八卷第六号	1921年4月1日	陈独秀、李季、张慰慈、沈兼士、周作人、茅盾、高一涵、袁振英
第九卷第一号	1921年5月1日	陈公博、茅盾、俞平伯、刘半农、鲁迅、陈独秀
第九卷第二号	1921年6月1日	高一涵、茅盾、胡适、陈公博、成舍我、陈独秀
第九卷第三号	1921年7月1日	胡适、陈独秀、王星拱、茅盾、鲁迅、陈公博、李大钊、张申府、朱谦之
第九卷第四号	1921年8月1日	胡适、区声白、陈独秀、刘半农、鲁迅、茅盾、周作人
第九卷第五号	1921年9月1日	陈独秀、张太雷、朱希祖、高一涵、陈公博、周建人、周作人、茅盾
第九卷第六号	1922年7月1日	陈独秀、李大钊、茅盾、胡适、张申府、黄凌霜
第十卷第一号	1923年6月15日	陈独秀、奚贞
第十卷第二号	1923年12月20日	曹靖华、陈独秀、张国焘
第十卷第三号	1924年8月1日	陈独秀、李李
第十卷第四号	1924年12月20日	彭述之、陈独秀
第十一卷第一号	1925年4月22日	陈独秀
第十一卷第二号	1925年6月1日	张国焘
第十一卷第三号	1926年3月25日	李季
第十一卷第四号	1926年5月25日	陈独秀
第十一卷第五号	1926年7月25日	陈独秀、刘仁静

Рисунок 4

Том 6, Выпуск 4	15 апреля 1919 г.	Ху Ши, Чжу Сизу, Шань Иньмо, Лу Синь, Гао Ихан, Чжоу Цзяньжэнь, Чжоу Чжохэнь, Чань Дусо
Том 6, Выпуск 5	май 1919 г.	Гу Мэньюй, Хуан Линшузан, Чжоу Цзожэнь, Лу Синь, Ху Ши, Чань Хэнчэн, Чань Цисю, Юань Цзюань, Лю Бинлинь, Ли Дацкао, Гао Ихан, Тан Ци, Чжан Шаньфу
Том 6, Выпуск 6	1 ноября 1919 г.	Лу Синь, Шань Цзяньши, Ху Ши, У Ю, Чжу Сизу, Чжоу Цзожэнь, Ли Дацкао, Чань Сюаньтун, Лю Баннун, Шань Иньмо
Том 7 №1	1 декабря 1919 г.	Ху Ши, Чань Дусо, Ван Сингун, Чжан Шаньфу, Тао Мэнхэ, Жэнь Хунцзюнь, Чжоу Цзожэнь, Ян Чжаньхуа, Du Госян, Чэн Чжэньцзи, Гэн Дань, Гао Ихан
Том 7, номер 2	1 января 1920 г.	Чань Дусо, Гао Ихан, Чжан Вэйци, Тао Мэнхэ, Жэнь Хунцзюнь, Чжан Шаньфу, Сун Чуньфэн, Фу В этом
Том 7, номер 3	1 февраля 1920 г.	году Ху Ши, Чань Дусо, Чжан Вэйци, Лу Синь, Чжоу Цзожэнь, Чжан Шаньфу, Чжу Сизу, Ли Сидзе, Чань Сюаньтун, Гао Ихан, Ма Иньну
Том 7, Выпуск 4	1 марта 1920 г.	Гу Мэньюй, Тао Мэнхэ, Чань Дусо, Ма Иньну, Чжан Шаньфу, Лу Синь, Сунь Фуоринь
Том 7, Выпуск 5	1 апреля 1920 г.	Цай Юаньлей, Чань Дусо, Гао Ихань, Ван Сингун, Лю Баннун, Чань Мянь, Лу Синь, Чжоу Цзожэнь, Ху Ши, Ли Дацкао, Чжоу Цзяньжэнь, Жэнь Хунцзюнь
Том 7, Выпуск 6	1 мая 1920 г.	Ли Дацкао, Лю Бинлинь, Чань Дусо, Чжан Вэйци, Гао Ихань, Чэн Чжэньцзи, Ли Цзачжан, Лю Чжаньпун, Гао Цзюньюй
Том 8 №1	1 сентября 1920 г.	Чань Дусо, Цай Юаньлей, Ху Ши, Тао Мэнхэ, Кан Байцин, Лу Синь, Чань Хэнчэн, Чжан Вэйци, Сунь Фуоринь
Том 8 №2	1 октября 1920 г.	Чжан Шаньфу, Хуан Линшузан, Мао Дунь, Тао Мэнхэ, Чжоу Цзяньжэнь, Чжоу Цзожэнь, Чань Хэнчэн, Ху Ши, Лю Баннун
Том 8, номер 3	1 ноября 1920 г.	Чжан Шаньфу, Ван Сингун, Ли Цзи, Юань Чжэньин, Мао Дунь, Ю Пинбо, Ху Ши, Чань Дусо, Чжоу Цзожэнь
Том 8, номер 4	1 декабря 1920 г.	Чань Дусо, Ли Дацкао, Чжан Вэйци, Чжоу Цзожэнь, Юй Пинбо, Лу Синь, Чжан Шаньфу, Юань Чжэньин
Том 8 №5	1 января 1921 г.	Чжоу Цзяньжэнь, Ли Цзи, Ю Пинбо, Ху Ши, Юань Чжэньин, Чжоу Цзожэнь
Том 8 №6	1 апреля 1921 г.	Чань Дусо, Чань Дусо, Чань Гунбо, Чань Шэво, Чань Дусо
Том 9 №1	1 мая 1921 г.	Чань Гунбо, Мао Дунь, Юй Пинбо, Лю Баннун, Лу Синь, Чань Дусо
Том 9 №2	1 июня 1921 г.	Гао Ихань, Мао Дунь, Ху Ши, Чань Гунбо, Чань Шэво, Чань Дусо
Том 9, Выпуск 3	1 июля 1921 г.	Ху Ши, Чань Дусо, Ван Сингун, Мао Дунь, Лу Синь, Чань Гунбо, Ли Дацкао, Чжан Шаньфу, Чжу Цзиньки
Том 9, Выпуск 4	1 августа 1921 г.	Ши, Оу Шаньбай, Чань Дусо, Лю Баннун, Лу Синь, Мао Дунь, Чжоу Цзожэнь, Чань Дусо, Чжан Тайлей, Чжу Сизу, Гао Ихан, Чань Гунбо, Чжоу Цзяньжэнь, Чжоу Цзожэнь, Мао Дунь
Том 9, Выпуск 5	1 сентября 1921 г.	Чань Дусо, Ли Дацкао, Чжан Вэйци, Чжоу Цзожэнь, Чань Дусо, Чань Гунбо, Чань Шаньфу
Том 9, Выпуск 6	1 июля 1922 г.	Чань Дусо, Лю Дацкао, Мао Дунь, Ху Ши, Чжан Шаньфу, Хуан Линшузан
Том 10, номер 1	15 июня 1923 г.	Чань Дусо, Си Чжань
Том 10, номер 2	20 декабря 1923 г.	Цао Цзинхуа, Чань Дусо, Чжан Готао
Том 10, номер 3	1 августа 1924 г.	Чань Дусо, Ли Цзи
Том 10, номер 4	20 декабря 1924 г.	Пэн Шучжи, Чань Дусо
Том 11, номер 1	22 апреля 1925 г.	Чань Дусо
Том 11, № 2	1 июня 1925 г.	Чжан Готао
Том 11, номер 3	25 марта 1926 г.	Ли Цзи
Том 11, номер 4	25 мая 1926 г.	Чань Дусо
Том 11, № 5	25 июля 1926 г.	Чань Дусо, Лю Жаньцзин



Рисунок 5



Рисунок 6



Рисунок 7



Рисунок 8



Рисунок 9



Рисунок 10

经济之声听众轮廓：年龄-车载市场

Возрастное соотношение слушателей китайского радио

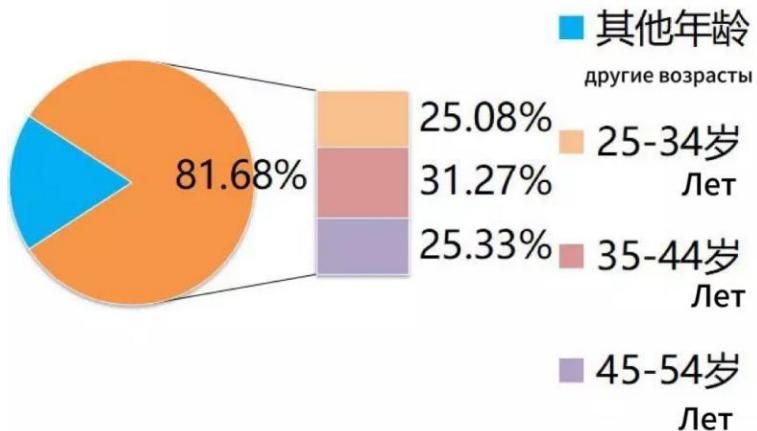


Рисунок 11

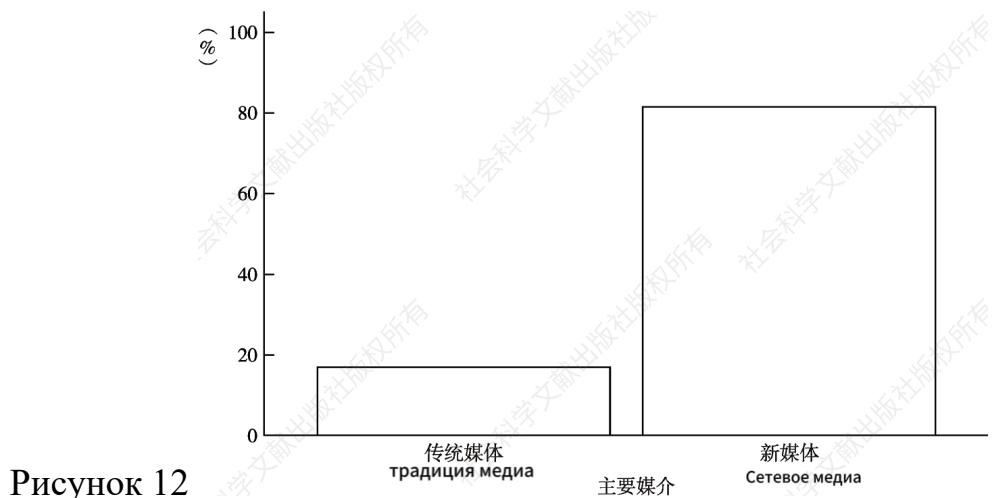


Рисунок 12

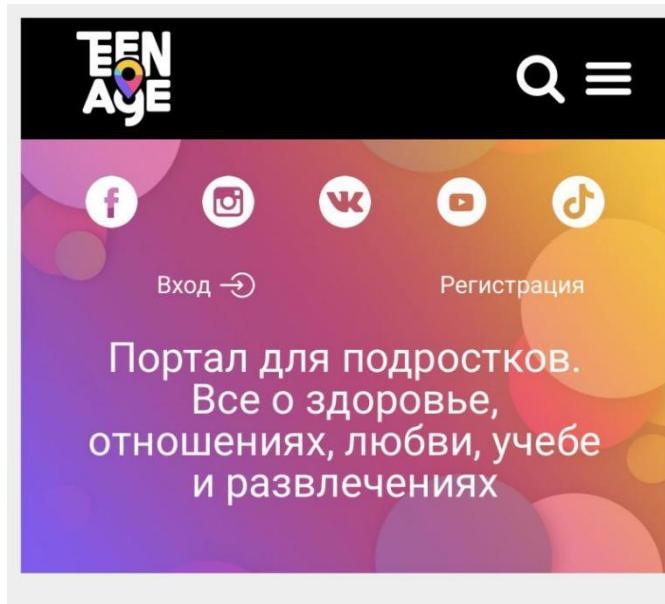


Рисунок 13



Рисунок 14

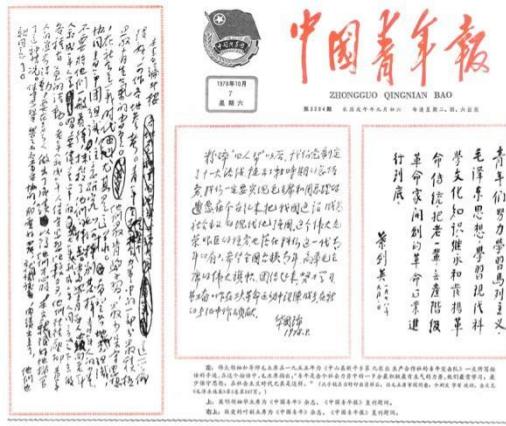


Рисунок 15



Рисунок 16



Рисунок 17



Рисунок 18



Рисунок 19



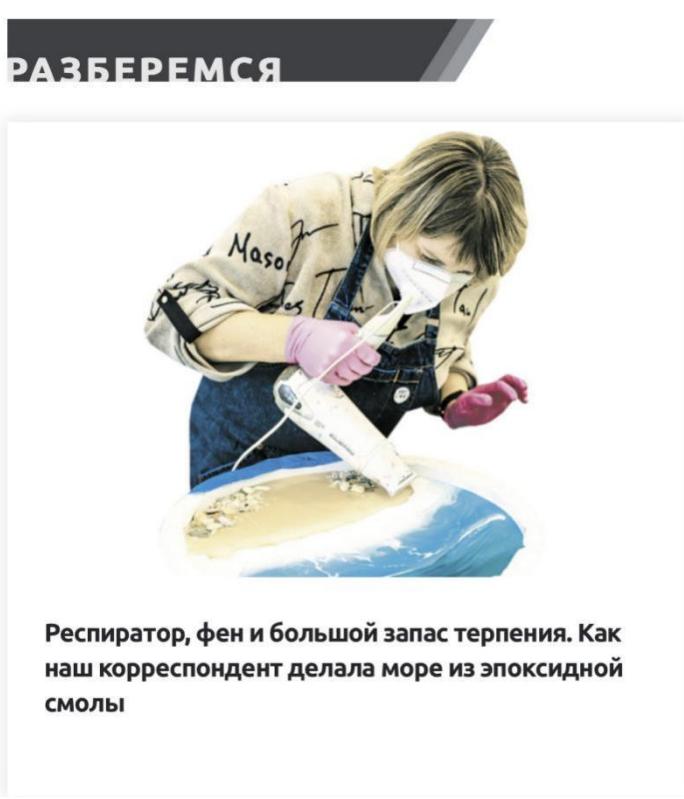
Рисунок 20

ЧИСЛО ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК ПО РЕГИОНАМ

Минск	399,4 тыс.
Минская область	252,5 тыс.
Гомельская область	237,4 тыс.
Брестская область	229,3 тыс.
Витебская область	178,9 тыс.
Гродненская область	175,5 тыс.
Могилевская область	167,2 тыс.

Источник: Аргументы и Факты

Рисунок 21



Респиратор, фен и большой запас терпения. Как наш корреспондент делала море из эпоксидной смолы

Рисунок 22

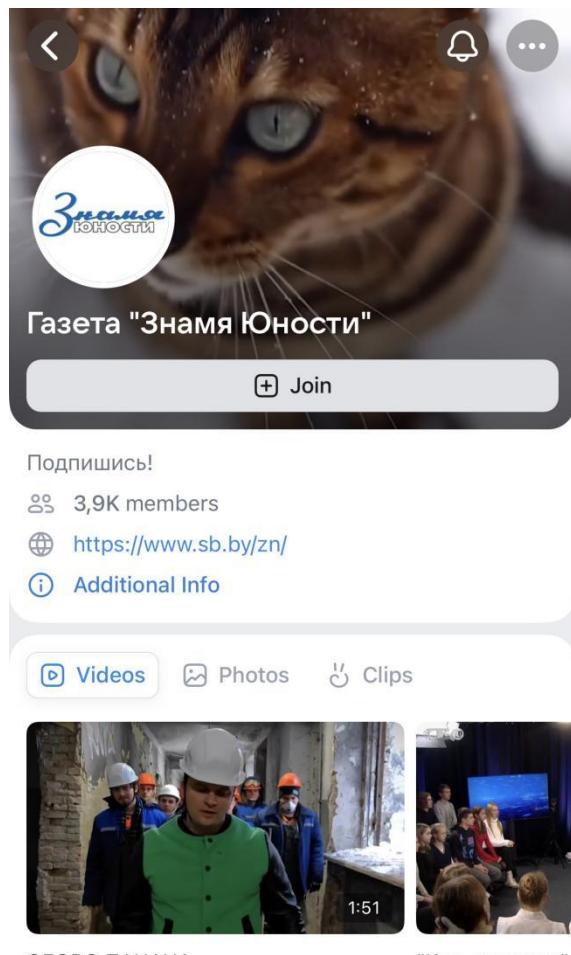


Рисунок 23