

БУДУЩЕЕ ГАЗЕТ ГЛАЗАМИ ЗУМЕРОВ

Е. А. Смирнова

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

В статье рассматриваются проблемы медиапотребления поколением Z, которое предпочитает цифровые медиа и редко читает бумажные газеты, хоть и отмечает у них такие преимущества, как достоверность и независимость от интернета. Исследование среди студентов-журналистов подтверждает снижение интереса к традиционной прессе и рост популярности новостных сайтов и соцсетей. Медиаиндустрии необходимо пересматривать бизнес-модели, чтобы адаптироваться к изменяющимся привычкам молодой аудитории.

Ключевые слова: пресса; теория поколений; медиапотребление.

БУДУЧЫНЯ ГАЗЕТ ВАЧАМІ ЗУМЕРАЎ

А. А. Смірнова

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
berezovskaya@mail.ru*

У артыкуле разглядаюцца праблемы медыяспажывання пакаленнем Z, якое аддае перавагу лічбавым медыя і рэдка чытае папярковыя газеты, хоць і адзначае ў іх такія перавагі, як дакладнасць і незалежнасць ад інтэрнэту. Даследаванне сярод студэнтаў-журналістаў пацвярджае зніжэнне цікавасці да традыцыйнай прэсы і рост папулярнасці сайтаў навін і сацыяльных сетак. Медыяіндустрыі неабходна пераглядаць бізнес-мадэлі, каб адаптавацца да зменлівых звычак маладой аўдыторыі.

Ключавыя словы: прэса; тэорыя пакаленняў; медыяспажыванне.

Теория поколений (авторы – американские исследователи Н. Хоув, В. Штраус), хоть и подвергается критике, но часто становится в ряд причинно-следственных связей, объясняющих многие кризисы и подъемы в разных сферах.

Маркетинговые подходы в медиаиндустрии, которые работали несколько десятилетий назад, перестали давать результаты. И одна из причин – выросло поколение с другим набором ценностных ориентиров и социальных привычек. Во всем мире прогнозируемо упали тиражи печатных изданий, многие газеты сосредоточились на стратегии Digital First, развивая веб-версию издания, ввели платный доступ на сайты. Бумажные версии сохраняются, но становятся эксклюзивом для олдскульных интеллектуалов.

Сегодня учиться журналистике пришли зумеры – ребята из поколения Z. Это поколение, выросшее в эпоху цифровых технологий, интернета и социальных сетей.

В рамках дисциплины «Технологии медиапроизводства» мы провели небольшое исследование, основная цель которого – выявить отношение современных студентов к бумажной прессе. В опросе приняли участие 55 студентов 1 курса (2007–2008 г. рождения) факультета журналистики. На первый вопрос «Читаете ли вы газеты?» только 5% студентов ответили – «да», 44% студентов – «нет». Самый популярный ответ – «иногда» (51%), но популярность такого ответа вполне можно объяснить спецификой образования.

Среди самых популярных изданий, которые читают студенты, оказались «СБ. Беларусь сегодня» и районные газеты (по 25% соответственно). В шорт-лист вошли также «Минская правда», «Звезда», «Знамя юности» и «Зорька». Но только 24% студентов читают бумажный вариант газеты, подавляющее большинство предпочитает сайт газеты, социальные сети и мессенджеры. На вопрос «Какие источники новостей вы еще используете?» 64% студентов ответили – новостные сайты, сайты информационные агентств. Второй по популярности ответ – Telegram-каналы. Несколько человек ответили, что главный источник новостей для них – это родители. Самыми интересными оказались ответы на открытый вопрос «В чем преимущество газеты перед другими медиа?». 18% студентов ответили, что таких преимуществ нет. 24% отметили «атмосферу» и «вайб», когда читаешь газету. Кроме того, цифровое поколение не могло не заметить то, что газета не зависит от интернета и от заряда мобильного телефона. Что в газете много разнообразной информации, которая хорошо структурирована. 20% считают основным преимуществом газеты «достоверность информации».

Во многом ответы зумеров коррелируют с мнением медиаменеджеров относительно преимуществ бумажной прессы: «Главный капитал

газеты – доверие читателей. И это всегда будет выгодно отличать бумажные СМИ от их электронных собратьев, где новость в любой момент можно подкорректировать, а то и вовсе убрать» [1].

Очевидно, что проблема есть, и она будет только нарастать: «У молодежи в возрасте от 18 до 35 лет в принципе не сформирована привычка читать газеты, вне зависимости от того, бумажные они или электронные. Само слово “газета” для них – своеобразный атавизм» [2]. Пока за зумеров решают и платят миллениалы, есть время подумать над тем, как менять привычные бизнес-модели и на что делать акцент в прессе.

Библиографические ссылки

1. *Нестеров А.* Прогнозы о незавидном будущем газет и журналов в эпоху интернета пока сбываются слабо // SB.BY. URL: <https://www.sb.by/articles/napечатannomu-verit-gazeta.html> (дата обращения: 18.04.2025).
2. *Ермолаев Д.* Будущее газеты: вызовы времени для печатной прессы // ВЦИОМ Новости. URL: <https://wciom.ru/expertise/budushchee-gazety-vyzovy-vremeni-dlja-pechatnoi-pressy> (дата обращения: 12.05.2025).