



ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УДК 316.346.32:316.776.3 (470.325)

БЕЛГОРОДСКАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА НАЧАЛА XXI ВЕКА: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, ТИПОЛОГИЯ, ПРОБЛЕМАТИКА

А. М. Аткина

*Белгородский
государственный
национальный
исследовательский
университет*

*e-mail:
anna_atkina@mail.ru*

В статье исследуются различные характеристики молодежной журналистики, которая развивается в Белгородской области. Также выделяются особенности участия региональных молодежных СМИ в социализации молодежи и реализации государственной молодежной политики.

Ключевые слова: молодежь, молодежная журналистика, социализация молодежи, СМИ для молодежи, государственная молодежная политика.

Введение

Белгородская молодежная журналистика является развивающимся явлением в условиях постсоветского медийного пространства региона. С распадом системы комсомольских изданий молодежь утратила не только носитель актуальной для нее информации, но также учителя и воспитателя, распространяющего духовно-нравственные и патристические ценности. С началом XXI века – в условиях относительно стабильной социально-экономической ситуации в России и регионе – в Белгородской области стали предприниматься попытки заполнить пустующую нишу СМИ для молодежи. Так, в 2001 г. поддержку областной администрации получила ослабевшая от выживания в условиях рыночной экономики областная молодежная газета «Смена».

Одной из причин появления новых СМИ для молодежи стало создание в 2000 г. на базе филологического факультета Белгородского государственного университета отделения журналистики, которое в 2005 г. было преобразовано в факультет журналистики. Благодаря регулярному прохождению студентами практики в белгородских СМИ, а также ежегодному выпуску молодых журналистских кадров, за более чем 10 лет были образованы около 20-ти новых молодежных газет, журналов, радио и телепередач. К сожалению, большая часть из них прекратили свое существование, оказавшись недолгосрочными проектами.

В данной статье будут проанализированы основные характеристики белгородской молодежной журналистики – тенденции развития и типологическая структура СМИ для молодежи, а также проблематика журналистских материалов. Также будет предпринята попытка определить, насколько белгородские масс-медиа для подрастающего поколения способствуют социализации молодежи, как отличается их типология и проблематика от подобных СМИ федерального масштаба, в какой степени они участвуют в реализации государственной молодежной политики в Белгородской области. Кроме того, будут выявлены аспекты положительного и отрицательного опыта региональной молодежной журналистики, на которые можно опираться при создании новых СМИ для молодежи.

Имеющуюся литературу по выбранной теме исследования можно разделить на несколько групп. Теория журналистики представлена в работах Я. Н. Засурского [5], М. В. Шкондина [11], С. Г. Корконосенко [9]. Непосредственно общероссийские молодеж-



ные СМИ (печать и телевидение) изучались советским автором В. Н. Ганичевым [4], современными – Л.В. Цвик [12], М. Е. Аникиной [1] и др. Теме современной молодежной (ювенальной) политики посвящены работы И. М. Ильинского [6] и др. Среди исследований по социологии молодежи можно отметить работы знаменитых отечественных социологов А. В. Шарикова и С. Б. Цымбаленко [7], белгородского автора В. П. Бабинцева [2; 3]. Белгородские СМИ для молодежи практически не изучены: в сборниках научных конференций встречаются статьи об отдельных молодежных проектах [13]. В целом комплексное исследование опыта белгородской молодежной журналистики в период с 2001 по 2013 гг. проводится впервые.

Основными методами исследования явились контент-анализ, метод сравнительно-сопоставительного анализа и теоретический метод. Благодаря применению обозначенных методов, удалось изучить и сопоставить между собой молодежные проекты по видам СМИ – печать, радио, телевидение, Интернет; выявить закономерности развития региональных СМИ для молодежи; сгруппировать их по ряду типформирующих признаков; изучить содержание журналистских материалов и выявить основные темы и проблемы, поднимаемые молодежной журналистикой; определить ее положительный и отрицательный опыт; сделать выводы о вкладе региональных молодежных масс-медиа в социализацию молодежи и в реализацию государственной молодежной политики.

Основные тенденции развития и типология белгородских СМИ для молодежи

Вначале определимся, что считать молодежными СМИ. Как отмечают Я. Н. Засурский, С. Г. Корконосенко и др. после распада СССР прекратила свое существование вертикаль центральной, профсоюзной, а также молодежной (комсомольской) прессы. Несмотря на это, в последние десятилетия обновленная молодежная пресса пережила бурное развитие. Однако, по мнению ряда исследователей, эти молодежные издания не могут рассматриваться как продолжатели традиций своих предшественников, например, знаменитой всесоюзной «Комсомольской правды» [5; 9].

В исследованиях современной типологии печати (М.В. Шкондин, М.Е. Аникина и др.) молодежные СМИ выделяются как особый сегмент медиарынка, который выполняет ряд специфических задач, главной из которых является социализация молодежи [1,11]. Еще одним критерием определения этого типа СМИ является выбор молодежной аудитории в качестве целевой. Возраст корреспондентов издания или телерадиовещания, на наш взгляд, также имеет значение из-за близости интересов молодого журналиста и молодого читателя. И хотя имеется практика, когда взрослые корреспонденты грамотно ведут молодежный СМИ, чаще всего эти проекты не пользуются популярностью среди молодежи. Последний случай как раз отличал белгородскую областную газету «Смена», которая много лет выпускалась профессиональными журналистами старшего возраста.

Газета «Смена» – старейшее молодежное печатное издание в регионе – выпускалась с 1956 г. как печатный орган Белгородского областного комитета комсомола. На рубеже веков «независимая газета «Смена» испытывала серьезные финансовые трудности. Когда же в 2001 г. у издания появились учредители – управление печати и телерадиовещания и управление по делам молодежи Белгородской области – финансовое положение газеты заметно улучшилось. Более 10 лет «Смена» была официальным изданием органов по делам молодежи области. Газета охватывала и подростковую аудиторию, выпуская приложение «Большая переменка». В 2013 г. после смены руководства управления молодежной политики области редакция газеты вместе с другими областными изданиями вошла в состав автономной некоммерческой организации «Издательский дом «Мир Белогорья». В результате реорганизации название «Смена» перешло к областному спортивному еженедельнику. Для молодежной аудитории издательский дом в сентябре 2013 г. стал выпускать молодежный журнал «ОнОнас».

48-мистраничный полноцветный журнал выходит ежемесячно и распространяется бесплатно в вузах, ссузах, учреждениях культуры и спорта, музеях, кинотеатрах, кафе Белгорода, Старого Оскола, Губкина, Алексеевки. Тираж журнала – 10 тыс. экз., что на 2 тыс. больше, чем был у газеты-предшественницы «Смены». Журнал нацелен на думающую активную молодежь от 16 до 30 лет – старшеклассников, студентов, молодых специалистов –



и призван формировать эстетический вкус юной аудитории, показывать образ жизни активного молодого белгородца.

По многим параметрам журнал «ОнОнас» кардинально отличается от газеты-предшественницы «Смены». Так, возраст журналистов редакции не превышает 35 лет. Количество штатных сотрудников сведено до минимума – редактор, корреспондент, дизайнер-верстальщик – при одновременном увеличении числа внештатных авторов. Поменялась система оплаты труда: при минимальных ставках значительно повысились размеры гонораров. В настоящее время не все заявленные положения концепции издания выполнены редакцией. Например, «журнал в долгосрочной перспективе (5 – 10 лет) планирует отказаться от выпуска печатной версии и полностью уйти в режим on line» [14].

Начало XXI в. было ознаменовано появлением в Белгороде целого ряда новых изданий для молодежи. Газета «Студень» (2001-2008 гг.) ориентировалась на студентов города Белгорода. Учредителем газеты был Белгородский городской Союз студентов (БГСС) при содействии управления молодежной политики администрации Белгорода. Тираж в 999 экз. бесплатно распространялся в вузах и ссузах областного центра. Публицистический журнал «Новый ковчег» (2003-2008 гг.) выбрал целевой аудиторией воцерковленную молодежь и молодых людей, лояльно относящихся к церкви. Его учредителями выступили Белгородская и Старооскольская епархия и управление по делам молодежи области. Тираж в 1000 экз. бесплатно распространялся на церковных и молодежных мероприятиях.

В историю белгородской молодежной прессы также внесли свою лепту коммерческие издания «Буржуй» и «Находка», выпускаемые в период с 2004 по 2007 гг. Целевая аудитория «Буржуя» – «продвинутая» молодежь, которая интересуется новыми направлениями в музыке, искусстве и т.д. Однако издатель журнала ООО «Мост» вскоре перепрофилировался на занятие более прибыльным туристическим бизнесом. Тираж издания варьировался от 3 до 10 тыс. экз. Студенческий информационно-развлекательный ежемесячник «Находка» издавался студентами Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова тиражом в 500 экз. Первые выпуски «Находки» были нацелены на учащихся университета, но в дальнейшем издание вышло на общегородской уровень. Благодаря поддержке спонсоров, стал возможен выпуск в цвете первой и последней полос газеты.

Одной из тенденций белгородской молодежной журналистики последних 10 лет стал выпуск молодежных приложений к «взрослым» изданиям. В 2003 г. первой такой проект «запустила» областная «Смена». Работу над созданием вкладыша «Вторая смена» редакция доверила старшеклассникам, студентам факультета журналистики Национального исследовательского университета «Белгородский государственный университет» и др.

Молодежное приложение под названием «ПроБел» (про Белгород) выходило с 2006 по 2008 гг. в городской газете «Наш Белгород». Его выпускали студенты факультета журналистики НИУ «БелГУ». Когда на старших курсах у команды авторов появились другие интересы, вкладыш прекратил свое существование. Однако в 2011 г. газета «Наш Белгород» возобновила выпуск молодежного приложения под названием «Репортер». Всего в 2011-2013 гг. вышло свыше 10-ти номеров «Репортера», который отличался собственным стилем, слаженной командой авторов из числа студентов-журфаковцев и др. Выпуск вкладыша был приостановлен в начале 2013 г. Среди главных причин этого – задержки по оплате труда авторов, увольнение из редакции журналиста, который курировал молодежный проект.

Кроме того, в конце 2011 – начале 2012 гг. при общественно-политической газете «Голос Белогорья» выходил вкладыш «Enter Зона», который претендовал на скандальность в изложении фактов и мнений. Однако трудности в написании репортажей и аналитических статей не позволили молодым авторам создать долгосрочный проект.

С конца 2012 г. при университетской газете «Вести БелГУ» выпускается студенческий вкладыш «Nota Bene» (первоначальное название «Будильник»). Среди его авторов находятся и бывшие корреспонденты «Репортера». Все молодежные приложения имеют характерные черты: отличная от основного издания верстка и дизайн, самостоятельные рубрики, штат молодых авторов под руководством профессионального журналиста, интересные темы и подача материала.

Радиоэфир для белгородской молодежи представлен довольно слабо. В настоящее время транслируется единственная радиопередача для молодежи под названием «Гори-



зонт» (с 2006 г., ГТРК «Белгород»). Она выходит еженедельно на волнах «Радио России – Белгород» и представляет собой обзор молодежных новостей за прошедшую неделю. Хронометраж программы – 10 минут. В 2010 г. на канале «Радио 31» областного ТРК «Мир Белогорья» в течение нескольких месяцев выходила радиопрограмма «Молодые ветра», которая ориентировалась на освещение вопросов молодежной политики. Первоначально программа выходила еженедельно, позже – один раз в 2-3 недели. К ее созданию привлекались студенты факультета журналистики НИУ «БелГУ».

По прошествии 2 лет после обозначенных событий (в конце 2012 г.) в НИУ «БелГУ» появилось собственное студенческое радио «БЕЛый ГУсь». Два раза в неделю по 10 минут радио звучит в стенах вуза. Также выпуски находятся в открытом доступе в сети Интернет (на сайте «Молодчины.рф», в социальной сети «В Контакте» и др.). Помимо новостных репортажей радио «БЕЛый ГУсь» выпускает и тематические материалы, например, посвященные Дню донора и Дню радио.

Телепрограмм для молодежи за прошедшие 10 лет выходило немало, но многие из них просуществовали всего несколько месяцев. Так, в 2004 г. муниципальный телеканал «Белый город» выпускал передачу «Молодежный формат». Ее периодичность – раз в две недели, хронометраж – 10 минут. Программа обычно включала 3-4 репортажа. В 2005 г. на ГТРК «Белгород» еженедельно выходил тележурнал «Молодежный базар», посвященный различным молодежным темам. Хронометраж программы – 20 минут.

К программам-долгожителям можно отнести следующие два проекта. С 2002 по 2005 гг. на телеканале «Магнит» (впоследствии СТС-Белгород, 1991-2009 гг.) выходило молодежное ток-шоу «Поколение Next». Его периодичность – два раза в месяц, хронометраж – 40 минут. В студии обсуждались актуальные молодежные темы и проблемы. Во втором по значимости городе области Старом Осколе на ТК «Приосколье» выходила молодежная программа «Платформа» (2003-2007 гг.). Ее выпускала студия молодежной информации «Наш голос». Передача транслировалась еженедельно хронометражем 25 минут. Ее структуру составляли 13 рубрик, посвященных как новостям, так и темам образования, профориентации, социальным проблемам и т.д.

Проведение в 2009 г. мероприятий Года молодежи в России послужило стимулом создания в Белгородской области новых СМИ для подрастающего поколения. Так, в 2008 г. при телеканале «Мир Белогорья» создана молодежная редакция программ, в 2009 г. на ТК «Приосколье» возобновлена телепередача «Платформа», на ГТРК «Белгород» вышло в эфир молодежное ток-шоу «Вовремя». В 2010 г. на областном «Радио 31» появилась радиопрограмма «Молодые ветра», а также при поддержке местного информационного агентства «Медиатрон» стартовал проект «Журнал за 24 часа». Ситуация изменилась в лучшую сторону ненадолго: дали о себе знать последствия финансово-экономического кризиса конца 2008 г. Телепередача «Платформа» так и не вышла на областной уровень – как планировалось, оставшись местной программой города Старый Оскол. Ток-шоу «Вовремя», радиопрограмма «Молодые ветра», «Журнал за 24 часа» просуществовали несколько месяцев, а молодежная редакция так и не выпустила программный продукт.

Новая веха в развитии белгородских СМИ для молодежи связана с появлением муниципального медиахолдинга «Белгородмедиа». В 2011 г. был подписан договор между НИУ «Белгородский государственный университет» и МУ «Белгород-медиа» об участии студентов факультета журналистики в подготовке молодежного контента для городских СМИ. Совместными проектами вуза и медиахолдинга стали выпуск молодежного приложения «Репортер» к городскому еженедельнику «Наш Белгород» (о нем сообщено выше), а также телепередачи «Молодежное время» на ТК «Белый город». Телепрограмма выходит с конца 2011 г. 2 раза в месяц хронометражем 10 минут. Примечательно, что передача не нацелена на освещение тех или иных молодежных мероприятий, а разрабатывает темы, которые интересны для большинства молодежи.

Ровно через год (с конца 2012 г.) у муниципальной молодежной передачи появился конкурент на региональном телеканале «Мир Белогорья». Программа «ПРОдвижение» выходит еженедельно хронометражем около 20 минут. Каждый выпуск имеет главную тему, например, «Любовь», «Строители», «Спорт» и др. И соответственно, все рубрики (представление героев, эксперимент, опрос и др.) нацелены на раскрытие темы.



Отдельным видом молодежных СМИ можно считать студенческие медийные проекты, которые получили толчок к развитию в конце 2012 г. после смены руководства НИУ «БелГУ». Помимо молодежного вкладыша к университетской газете «Nota Bene» были запущены студенческое радио «БЕЛый ГУсь» и «Твое университетское телевидение». Последний проект стартовал позже, в сентябре 2013 г., и пока транслируется только на сайте БелГУ. Дважды в месяц университетское телевидение знакомит с основными новостями из жизни вуза.

Несмотря на то, что формат Интернет-сайта является привлекательным для молодых людей благодаря удобству использования, интерактивности и мультимедийности, региональных специализированных сайтов для молодежи в Интернет-сети единицы. К такому можно причислить обновленный интернет-ресурс управления молодежной политики области «Молодчины.рф» (с 2013 г.), который пестрит новостями, содержит большое число фоторепортажей, представляя своеобразный калейдоскоп молодежной жизни.

Также можно отметить «Белгородский народный портал» <http://p1us.ru> (2011 – 2012 гг.). Портал позиционировал себя, как первое белгородское Интернет-телевидение. На сайте были выложены видеоотчеты о городских мероприятиях, снятые любительской видеокамерой. Проект был довольно популярен среди молодежи, но не сумел заручиться поддержкой извне. За год количество авторов и видеооператоров сайта увеличилось с 3 до 18 человек. Портал закрылся по субъективным причинам – руководитель портала окончил вуз и переехал в Подмоскowie, где на существующем интернет-адресе (<http://p1us.ru>) был запущен проект журнала «Еще», ориентированного на жителей города Орехово-Зуево.

Составив представление о ранее выходивших (с 2001 г.) и ныне существующих печатных изданиях, радио и телепередачах для молодого поколения, предпримем попытку классифицировать белгородские молодежные СМИ. Используя типологические классификации Я. Н. Засурского [5, с. 193 – 204, 333 – 337], М.В. Шкондина [11, с. 37 – 38], С. Г. Корконосенко [9, с. 103] дифференцируем современные белгородские СМИ для молодежной аудитории по ряду типоформирующих признаков:

По масштабу распространения (охвату вещания):

- издания и телепередачи, распространяемые и транслируемые в пределах территории Белгородской области (журнал «ОнОнас», радиопрограмма «Горизонт», телепередача «Вовремя» на ГТРК «Белгород»);

- издания и программы муниципального масштаба (газета Союза студентов города Белгорода «Студень», телепередачи муниципального ТРК «Белый город» «Молодежный формат» и «Молодежное время» и др.);

- молодежные СМИ, целевой аудиторией которых являются студенты или учащиеся учебных заведений (газета «Находка» при БГУ им. В. Г. Шухова, радио «БЕЛый ГУсь» при НИУ «БелГУ» и др.);

По характеру аудитории (по возрастным, профессиональным, мировоззренческим признакам, отношению к вероисповеданию):

- СМИ для подростков (приложение к «Смене» «Большая переменка») и молодежной аудитории (телепрограммы «Молодежный формат», «Молодежное время» и др.);

- издания и программы для разных профессиональных групп, например, студентов (газеты «Студень», «Nota Bene») и преимущественно рабочей молодежи (газета «Смена», ток-шоу «Поколение Next» и др.);

- для творческой «продвинутой» молодежи и представителей молодежных субкультур (журнал «Буржуй», ток-шоу «Вовремя» на ГТРК «Белгород» и др.);

- для верующей православной молодежи (журнал «Новый ковчег»).

По способу производства:

- традиционные СМИ – продукт деятельности профессиональных журналистов (радиопередача «Горизонт» на ГТРК «Белгород», газета «Смена» и др.);

- юнкорские – продукт самовыражения молодежи (вкладыши в профессиональных изданиях «Вторая Смена» в газете «Смена» и «Репортер» в газете «Наш Белгород», а также телепередачи «Молодежный базар», «ПРОдвижение», «Белгородский народный портал», созданные молодыми энтузиастами и др.).

По целевому назначению:

- информационно-публицистические СМИ, призванные сообщать об окружающем



мире, формировать мировоззрение (журналы «ОнОнас», «Новый ковчег», телепрограмма «Платформа», радиопрограмма «Молодые ветра» и др.);

– развлекательные издания и передачи с доминирующими гедонистической, рекреативной и рекламной функциями (газета «Находка», журнал «Буржуй», телепередача «Молодежный базар» и ток-шоу «Вовремя» на ГТРК «Белгород» и др.).

По форме собственности (виду учредителя):

– государственные (издававшиеся управлением по делам молодежи области «Смена» и «Новый ковчег», журнал ИД «Мир Белогорья» «ОнОнас», проекты филиала ВГТРК «Россия», ГТРК «Белгород» – «Горизонт», «Вовремя» и др.);

– негосударственные (принадлежавший ООО «Мост» журнал «Буржуй» и др.);

– являющиеся собственностью общественных организаций (выпускаемая староскольской студией молодежной информации телепрограмма «Платформа» и др.).

Безусловно, региональная палитра типологических характеристик масс-медиа для молодежи беднее общероссийской. В Белгородской области СМИ для молодежной аудитории не дифференцируется по признакам пола, в основном обладают универсально-тематическими характеристиками. То есть, в регионе отсутствуют газеты и журналы отдельно для девушек и юношей (как, например, общероссийские журналы «Маруся», «Хулиган» и др.), посвященные исключительно компьютерным играм (журнал «Игромания» и др.) или моде (журнал «ОМ» и др.). Также нет возможности в силу экономических и другого рода причин издавать журналы, популяризирующие науку и искусство (журналы «Юный техник», «Юный художник»), выпускать научно-популярные телепроекты (телеигра «Умники и умницы» на «Первом канале» и др.).

Необходимо отметить, что из всего представленного многообразия белгородских СМИ для молодежи в настоящее время выпускаются лишь единицы: журнал «ОнОнас» (с 2013 г.), радиопередача «Горизонт» (с 2006 г.), телепередача «Молодежное время» на ТК «Белый город» (с 2011 г.), телепередача «ПРОдвижение» на ТРК «Мир Белогорья» (с 2012 г.), студенческие проекты – радио «БЕЛый ГУсь» (с 2012 г.), вкладыш «Nota Bene» (с 2012 г.) и др. Бесспорно, обозначенные СМИ не в состоянии охватить разнородную белгородскую молодежь, которая имеет различные характеристики: возраст, пол, образование, вероисповедание, род занятий, субкультурные особенности и др.

Кроме того, в результате исследования выяснилось, что общественно-политические и другие виды белгородских СМИ не в достаточной степени участвуют в реализации государственной молодежной политики в регионе. Редакции не уделяют достаточного внимания темам социализации подростков, оказания помощи молодежи в решении ее проблем (в сферах трудоустройства, обеспечения жильем и др.), в малом количестве публикуют справочные и развлекательные материалы. По данным мониторинга медиа-пространства за 2011 г., подготовленного администрацией Губернатора области [10], по обозначенным темам представлено менее 10% журналистских материалов от общего числа упоминаний о молодежной политике и духовно-нравственном воспитании молодежи. Кроме того, как показывает социологическое исследование рынков печатных СМИ других регионов России, молодежь – скорее желаемая и воображаемая аудитория, нежели реальная: она составляет всего 2,6 % от общей аудитории региональной периодики [8].

Таким образом, можно говорить о неиспользованном потенциале белгородской молодежной журналистики, как в деле удовлетворения информационных потребностей молодежной аудитории, так и в реализации государственной молодежной политики. Бесспорно, расширение спектра печатных изданий, теле и радиопередач, Интернет-проектов, ориентированных на молодежную аудиторию, позволило бы охватить большее число молодежи и способствовать привлечению общественности и властных структур к решению молодежных проблем.

Проблематика молодежной журналистики в Белгородской области

Универсальная проблематика белгородской молодежной журналистики представлена следующими темами и проблемами:

1) официальная молодежная и студенческая жизнь – одна из самых распространенных тем, ведь органы по делам молодежи области и учебные заведения проводят огромное число мероприятий. Газета «Смена» активно освещала областные и городские



фестивали и конкурсы, спортивные состязания и слеты военно-патриотических клубов, подготовку к сессии и т.п. в рамках тематических полос «Alma Mater» и «Как живешь, молодежь?».

Газета «Студень» рассказывала об истории студенческих праздников, освещала организованные учредителем – городским союзом студентов – мероприятия. Студенческие проекты «БЕЛЫЙ ГУСЬ» и «Nota Bene» рассказывают о вузовских и городских студенческих мероприятиях. Об официальных молодежных мероприятиях сообщали также журнал «Новый ковчег», радиопрограмма «Молодые ветра», телепрограмма «Молодежный формат» и др. В настоящее время о многообразной молодежной жизни рассказывают сайт областного управления молодежной политики «Молодчины.рф», радиопередача «Горизонт» и др.;

2) увлечения, хобби, творчество молодежи – также весьма распространенные темы белгородской молодежной журналистики. «Смена» регулярно рассказывала о различных творческих студиях, талантливых поэтах, исполнителях, танцорах. О молодежных увлечениях, в том числе о нестандартных (реконструкции рыцарских доспехов, паркуре, планкинге и др.), рассказывали передачи «Молодежный формат», «Молодежный базар», приложения «ПроБел» и «Репортер» и др. В телепередаче «ПРОдвижение» на ТРК «Мир Белогорья» ведущие не только ведут разговор о молодежных увлечениях, но даже примеряют на себе роли спортсмена, повара и др.;

3) портретная зарисовка или интервью с интересными и успешными людьми – как представителями молодежи, так и старшего поколения – также присутствуют в молодежных СМИ. «Смена» представляла на своих страницах управленцев из сферы молодежной политики, знакомила с выдающимися людьми области и страны – писателями, спортсменами, учителями, народными умельцами, ветеранами Великой Отечественной войны – в рамках полос «Люди и судьбы», «Город мастеров» и др. Сегодня «эстафету» принял журнал «ОнОнас», который представляет на своих страницах героев нашего времени. Интервью с молодыми талантами время от времени публиковались в газете «Студень», журналах «Новый ковчег» и «Буржуй», в приложении «Репортер», регулярно выходят на радио в программе «Горизонт», телепередачах «Молодежное время» и «ПРОдвижение» и др. В телевизионных ток-шоу «Поколение Next» и «Вовремя» осуществлялось знакомство сразу с несколькими интересными людьми в студии;

4) путешествия – популярная тема в печатных СМИ, ориентированных на молодежь. В газете «Смена» путевые заметки земляков публиковались в рамках тематической полосы «Из дальних странствий». В газете «Студень» выходили справочные материалы о зарубежных странах под рубрикой «Студпоход». В православном «Новом ковчеге» регулярно публиковались статьи о паломнических поездках. Рассказы о путешествиях выходили также в приложении «Репортер», вкладыше «Nota Bene» и др. Теле- и радиопроекты для молодежи практически не размещали репортажи о путешествиях в силу отсутствия телевизионных кадров и синхронизации с места события;

5) технические и компьютерные новинки – тема, которая всегда интересна молодежи, выросшей в век научно-технического прогресса. В газете «Смена» – а именно в приложении «Вторая смена» под рубрикой «Чайник» в 2004 – 2006 гг. – выходили материалы о компьютерах, сотовой связи и др. В газете «Студень» дайджест материалов о научных достижениях выходил под рубрикой «На грани науки». На ТРК «Мир Белогорья» в 2007 – 2008 гг. выходила программа «On line», посвященная компьютерной индустрии. В передаче «Молодежный базар» на ГТРК «Белгород» присутствовала телерубрика «Компьютерный мир». В программе «Молодежный формат» регулярно выходили сюжеты, подготовленные информационным агентством «Бел.ру» и посвященные освоению Интернета.

6) Тенденции моды и создание собственного стиля – интересная тема, прежде всего, для девушек. В областной «Смене» выходила тематическая полоса «Дамская комната», где рассказывалось не только о модных новинках, но также о психологии любви. В телепередаче «Молодежный базар» была выделена рубрика «Это модно»;

7) музыка, новинки кинопроката – частая тема большинства СМИ для молодежи. Газета «Смена» в рамках тематической полосы «МуЗона» рассказывала о молодых музыкантах, музыкальных фестивалях. В журнале «Буржуй» под рубрикой «Jam» выходил обзор музыкальных и киноновинок. В журнале «Новый ковчег» под рубрикой «Музыкалка»



рассказывалось о духовной музыке и музыкантах из среды православной молодежи. В приложении «Репортер» (при газете «Наш Белгород») часто сообщалось о концертах рок-групп, новых фильмах. Передачи «Молодежное время» на ТК «Белый город» и «ПРОдвижение» на ТРК «Мир Белогорья» знакомят с различными молодежными рок-группами. Выходили подобные репортажи и в программах «Молодежный формат», «Молодежный базар». На «Белгородском народном портале» присутствуют рубрики «Последний Ряд» – о кино- и видеонюжках, «ДециБел» – о музыке;

8) обсуждение проблем молодежи (поступление в вуз, трудоустройство, обеспечение жильем, вредные привычки, преступность в молодежной среде и др.) – наиболее актуальная для молодежи информация. В то же время проблемные материалы не часто встречаются в молодежных масс-медиа, но все же чаще, чем в общественно-политических и иных региональных СМИ. Газета «Смена» регулярно публиковала информацию об ярмарках вакансий, работе центров занятости и др. Также на страницах издания освещались темы ипотечного кредитования, адресной помощи матерям с детьми, выплаты социальных стипендий учащимся и студентам из малообеспеченных семей, бытовых проблем студенческих семей т. д. Журнал «ОнОнас» публикует большое количество публицистических материалов, в которых поднимаются мировоззренческие проблемы молодежи, например, об отсутствии положительного героя для подрастающего поколения и др.

В молодежном приложении к городской газете «Наш Белгород» «Репортер» публиковались проблемные материалы о трудоустройстве молодежи, ее принадлежности к тому или иному политическому течению, оснащенности спортивных площадок для молодых белгородцев и др. В журнале «Буржуй» под рубрикой «Front line» выходили проблемные материалы, например, о религиозной нетерпимости и др. Радиопрограмма «Горизонт» на ГТРК «Белгород» рассказывает о проблемах молодых семей при строительстве (приобретении) собственного жилья и др. В ток-шоу «Поколение Next» обсуждались проблемы аборт, молодежных субкультур, доверия молодежи к СМИ и др. В ток-шоу «Во-время» разговор шел о том, как влияет Интернет на живое общение, где легче себя реализовать – в столице или провинции и др. В передаче «ПРОдвижение» рассказывается о важности рабочих специальностей для экономики региона и неподдельном интересе молодежи к профессиям строителя, маляра, повара и др.

Таким образом, большинство белгородских СМИ, ориентированных на молодежь, выпускают новости об официальных молодежных и студенческих мероприятиях (газета «Смена», сайт «Молодчины.рф», вкладыш «Nota Bene», радиопрограмма «Горизонт», радио «БЕЛый ГУсь», телепередача «Молодежный формат» и др.), публикуют дайджест о моде, музыке, кино, компьютерах (журналы «Буржуй» и «Новый ковчег», газеты «Студень», «Находка» и др.). Менее представлены новости о неформальной молодежной жизни, авторские репортажи, отражающие современную действительность, развлекательные и юмористические материалы, а также статьи, посвященные проблемам молодежи. Однако и такие материалы – пусть не в большом количестве – присутствуют в белгородской молодежной журналистике.

Так, в газете «Смена» выходили репортажи под рубрикой «Испытано на себе», зарисовки белгородских писателей о случаях из жизни. В журнале «ОнОнас» в постоянной рубрике «Репортаж» журналист погружается в жизненную среду, например, пишет материал о студентах, подрабатывающих проводниками, совершив поездку на поезде. В молодежном приложении к городской газете «Наш Белгород» «Репортер» публиковались новости о неформальных молодежных мероприятиях: концертах рок-групп, творческих встречах и т. д. В передаче «Молодежный формат» выходили юмористические сюжеты на студенческие темы. В телепередаче «Молодежное время» рассказывается о представителях молодежных субкультур и др. На «Белгородском народном портале» выложены видеоотчеты о городских праздниках, концертах и фестивалях, снятые молодыми энтузиастами.

Отметим, что проблематика белгородской молодежной журналистики несколько отличается от федеральной. Так, универсальность содержания белгородских молодежных СМИ приводит к поверхностности изложения тем. К примеру, материалы профессионального журнала «DJ Культура» не сравнятся с редким упоминанием в белгородской «Смене» о местном фестивале ди-джеев «Джокер». В целом же федеральные СМИ для молодежи изобилуют развлекательным содержанием (новости из жизни звезд шоу-бизнеса,



темы межличностных отношений и сексуального воспитания, обзоры тенденций моды, музыкальных, компьютерных и видео новинок и др.). В итоге федеральные СМИ для молодежи (журналы «Yes!», «Лиза Girl» и др.) реализуют функцию социализации молодежи со знаком «минус», распространяя образцы безнравственности, потребительского отношения к жизни и т.п. Региональные молодежные проекты менее коммерциализированы, ставят своей целью не столько развлечь, но сообщить молодежи актуальные сведения, рассказать о положительных примерах талантливых земляков, донести до молодых людей духовно-нравственные и патриотические ценности, поддерживаемые в регионе – то есть положительно влияют на социализацию молодежи.

Однако если общероссийские развлекательные журналы «Ровесник», «OOPS!» и др. выходят тиражом от 100 до 260 тыс. экз., то региональная молодежная печать – от 999 экз. до 8-10 тыс. экз. Молодежные малотиражные издания, например, «ОнОнас» (тираж- 10 тыс. экз.), не выдерживают конкуренции с более успешными в коммерческом плане изданиями, а также Интернет-ресурсами. Так, по данным региональных социологических исследований, популярным среди белгородской молодежи является межрегиональный развлекательный еженедельник «Житье-Бытье». Кроме того, именно молодой человек в возрасте 18 – 29 лет является основным пользователем Интернет-ресурсов [3]. Таким образом, на региональном материале подтверждается общероссийская тенденция – в условиях рынка на первый план, как во взрослой, так и в молодежной журналистике выходят развлекательная и рекламная функции СМИ, вытесняя функцию социализации на периферию [7].

Опыт белгородской молодежной журналистики

Исследовав ушедшие в историю за прошедшие 10 лет и существующие ныне молодежные газеты, журналы, телепередачи, выделим положительный и отрицательный опыт белгородской молодежной журналистики:

К положительному опыту относятся следующие факты:

– несмотря на общий кризис молодежных изданий в России, белгородская «Смена» (с 1956 г.) сумела заручиться поддержкой областной администрации и с 2001 по 2013 гг. старалась сохранять традиции издания с более чем 50-летней историей. «Смена» долгие годы являлась единственным молодежным изданием в области, которое выпускалось штатом профессиональных журналистов в противоположность любительским газетам-однодневкам;

– самая долговечная городская молодежная газета «Студень» (2001 – 2008 гг.) издавалась в течение более 7 лет при действующей молодежной организации – Белгородском городском союзе студентов (БГСС). Несмотря на то, что редакторы и корреспонденты менялись, благодаря поддержке организации газета продолжала выходить;

– белгородские журналы – православный «Новый ковчег» (2003-2008 гг.) и коммерческий «Буржуй» (2004 – 2007 г.) – отличались высоким качеством полиграфии и подборки фотоиллюстраций. Эти журналы по уровню оформления не уступали федеральным изданиям, чем привлекали молодежь;

– молодежное приложение, которое выпускалось дольше всего – «Вторая смена» при областной газете «Смена» (2003 – 2012 гг.). Это стало возможно благодаря бессменному куратору от основного издания, который работал с молодежью – обучал основам мастерства и корректировал материалы молодых авторов. Однако из-за «текучки» молодых кадров в приложении не была сформирована постоянная команда корреспондентов;

– главное отличие молодежного приложения к городской газете «Наш Белгород» «Репортер» (2011 – 2013 гг.) от изданий-предшественников («Студня», «Нового Ковчега», «Буржуя») в том, что он выпускался не просто молодыми людьми, объединенными в стремлении «делать газету», а студентами журфака под руководством куратора из газеты «Наш Белгород». В то же время у молодежной команды был свой студенческий редактор, благодаря которому была сформирована слаженная команда корреспондентов. В результате печатное издание получалось профессиональным с точки зрения содержания, верстки, распределения обязанностей в редакции;

– вкладыш «Nota Bene» при газете «Вести БелГУ» продолжил традиции «Репортера», добавив к имеющимся положительным характеристикам цветное оформление полос;



– журнал «ОнОнас» отличает качество текста, фотографий и верстки, информационно-публицистический характер материалов, профессиональные кадры, достойное материальное вознаграждение за труд, в том числе и внештатных авторов;

– самая долговечная молодежная радиопрограмма – «Горизонт» на ГТРК «Белгород» (с 2006 г.) – выпускается профессиональным радиожурналистом, благодаря репутации и опыту которого передача имеет свой стиль, завоевала своего слушателя;

– самая долговечная молодежная телепрограмма – «Поколение Next» (2002-2005 гг., ТК «Магнит») – выходила более 3 лет. Ее отличало разнообразие обсуждаемых тем, а также финансово-организационная поддержка спонсоров и властных структур;

– в тележурнале «Молодежный базар» (2005 г., ГТРК «Белгород») присутствовали рубрики – «Наша музыка», «О серьезном», «Это модно», «Компьютерный мир» и др. Почти за каждой рубрикой был закреплен свой постоянный ведущий, что создавало передаче свой узнаваемый стиль;

– ток-шоу «Вовремя» (2010 г., ГТРК «Белгород») отличали работа над образом ведущего, качество видеосъемок, налаженные деловые контакты, позволявшие приглашать для участия в программе белгородских и даже общероссийских знаменитостей;

– в программе «Молодежное время» (ТК «Белый город», с 2011 г.) разрабатываются разнообразные молодежные темы и проблемы, передачу ведут студенты, что довольно демократично;

– в передаче «ПРОдвижение» (ТК «Мир Белогорья», с 2012 г.) присутствует диалог двух ведущих, а в одной из рубрик ведущие примеряют на себе различные профессии и роли. Все это придает передаче динамичность, узнаваемый стиль. Также привлекает качество видео съемки и обработки видео, даже с применением анимации др.;

– на «Белгородском народном портале» (с 2011 г.) были выложены видеотчеты о городских праздниках, концертах и фестивалях, снятых молодыми энтузиастами. Это был первый молодежный видеораздел в белгородском сегменте Рунета;

– многие молодежные проекты уделяли большое внимание налаживанию обратной связи с молодыми белгородцами. Газеты «Смена», «Студень», тележурнал «Молодежный базар», ток-шоу «Поколение Next» регулярно проводили конкурсы и опросы среди читателей и зрителей. Газета «Смена», приложение «Репортер», телепрограммы «Вовремя», «Молодежное время», «ПРОдвижение», а также Интернет-ресурсы «Белгородский народный портал», «Молодчины.рф» имеют персональные сообщества в социальных сетях «В контакте», «Живой журнал» и другие.

К отрицательному опыту относятся следующие факты:

– газета «Смена» была зарегистрирована как «областная молодежная газета», но большинство ее штатных авторов были далеко не молоды. «Взрослый» дизайн и язык материалов, отсутствие цвета в оформлении не позволяли газете позиционировать себя как действительно молодежное издание;

– газеты «Студень» и «Находка», журнал «Новый ковчег» делали молодые люди, не имевшие журналистского и дизайнерского образования, поэтому издания не отличались хорошей версткой, «грешили» орфографическими и стилистическими ошибками;

– сотрудники «Студня», «Нового ковчега» не получали материального вознаграждения за свой труд. В журнале «Буржуй» также выплачивались лишь символические гонорары. Неудивительно, что в редакциях наблюдалась постоянная «текучка» кадров. В приложении «Репортер» из-за задержек по оплате труда из проекта ушла сразу вся команда авторов;

– радиопередача «Молодые ветра» взялась за освещение вопросов молодежной политики, предоставив работу над сюжетами студентам-практикантам. В итоге из-за неинтересных для самих авторов тем получились скучные радиосюжеты;

– ток-шоу «Поколение Next» создавалось представителями старшего поколения, передача была политизирована, подчас излишне назидательна;

– многие сюжеты передач ГТРК «Белгород» «Молодежный базар» и «Вовремя» носили откровенно рекламный характер. Однако попытки зарабатывать на рекламе спонсоров не увенчались успехом. Оба проекта просуществовали всего несколько месяцев. Журнал «Буржуй» сумел привлечь достаточно много рекламодателей, но так и не стал приносить постоянную прибыль.



Таким образом, самыми ценными – проверенными временем – качествами СМИ, ориентированных на молодежь, являются наличие команды молодых корреспондентов-энтузиастов (в лучшем случае – с журналистским образованием), которые бы работали под руководством профессионального журналиста; наличие государственной или иной поддержки проекта; качество верстки и дизайна печатного СМИ; качество съемок и музыкального оформления теле- и радиопроектов. Отказаться следует от навязчивых рекламных статей и репортажей (реклама должна быть отделена от информации), бесплатного труда молодых энтузиастов, назойливой политизированности и назидательности, допуска к созданию проекта дилетантов и др.

Список литературы

1. Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета [Электронный ресурс]: дисс. ... канд. филол. наук / М. Е. Аникина; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2006. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>
2. Бабинцев В. П. Социология молодежи: Учебник / В. П. Бабинцев, Ю. В. Коврижных, Е. В. Ретов. – Белгород: Константа, 2008. – 218 с.
3. Бабинцев В. П. Информ.-аналитич. отчет по итогам социолог. опроса «Оценка эффективности муниципальных средств массовой информации города Белгорода» [Электронный ресурс] / В. П. Бабинцев, Б. В. Заливанский, Е. В. Самохвалова, – Белгород, 2011. – 209 с.
4. Ганичев В. Н. Молодежная печать: история, теория и практика / В. Н. Ганичев, – М., – 1976.
5. Засурский Я. Н. Детская и юношеская пресса / Я.Н. Засурский // Система Средств Массовой Информации России : учеб. пособие для вузов / Под ред. Засурского Я. Н. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С. 149 – 162.
6. Ильинский И.М. Молодежная политика / И. М. Ильинский // Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория. М.: Голос, 2001. – С. 472 – 476.
7. Информационное пространство российского подростка в постсоветский период (социологический анализ) / С. Б. Цимбаленко, А. В. Шариков, С. Н. Щеглова, – М, НИИ школьных технологий, 2006. – 128 с.
8. Касютин В. Жизнь или кошелек? / В. Касютин // Журналистика и медиарынок, 2011 – № 3.
9. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 287 с.
10. Мониторинг средств массовой информации по теме «Духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи» за период с января по декабрь 2011 г. [Электронный ресурс] / подготовлен отделом мониторинга управления информации и массовых коммуникаций Администрации Губернатора области, – Белгород, 2011.
11. Типология периодической печати: Учеб. Пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
12. Цвик В. Л. Молодежные телепрограммы / В. Л. Цвик // Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие. – М.: Аспект пресс, 2004. – С. 306 – 326.
13. Шевцов О. Л. Медиа-концерн газеты «Смена» // Тонус № 13. Социализация личности и проблем развития общественных отношений: научное и учебно-методическое издание. – Казань: Казанский государственный университет им. В. И. Ульянова-Ленина, 2006. – С. 173 – 176.
14. Концепция областного молодежного журнала [Электронный ресурс], – Белгород, 2012. – 16 с.

BELGOROD YOUTH'S JOURNALISM IN THE BEGINNING OF THE XXth CENTURY: DEVELOPMENT, TYPOLOGY, RANGE OF PROBLEMS

A. M. Atkina

*Belgorod National
Research University*

*e-mail:
anna_atkina@mail.ru*

The article deals with different descriptions of youth's journalism which is developing in Belgorod region. It also regards the peculiarities of participation regional youth's mass media in socialization of youth and in realization of State youth's policy.

Keywords: youth, youth's journalism, socialization of youth, mass-media for youth, State youth's policy.