



УДК 316.346.32:316.776.3 (470.325)

## УЧАСТИЕ БЕЛГОРОДСКИХ СМИ В РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

## PARTICIPATION OF REGIONAL MASS MEDIA IN REALIZATION OF STATE YOUTH'S POLICY

**А.М. Аткина**  
**A.M. Atkina**

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г.Белгород, ул. Победы, 85*

*Belgorod National Research University, 85, Pobeda Str., Belgorod, 308015, Russia*

*E-mail : anna\_atkina@mail.ru*

*Аннотация.* В статье исследуются особенности участия региональных СМИ в социализации молодежи и реализации государственной молодежной политики. Также выделяются положительные и отрицательные аспекты молодежной информационной политики и различные характеристики молодежной журналистики в Белгородской области.

*Abstract.* The article attends peculiarities of participation of regional mass media in socialization of youth and in realization of state youth's policy. Besides it is dealt with positive and negative aspects of youth's information policy and different descriptions of youth's journalism in Belgorod region.

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

*Keywords:* youth, mass-media, youth's journalism, socialization of youth, state youth's policy.

---

### Введение

В нормативных актах по государственной молодежной политике и патриотическому воспитанию граждан декларируется о вовлечении молодежи в жизнь общества, ее информировании о потенциальных возможностях развития посредством единой молодежной информационной сети и т.д. На практике же количество качественных информационных ресурсов для молодежи минимально. В условиях рыночной экономики на первый план вышли развлекательная и рекламная функции журналистики.

В данной статье будут проанализированы основные характеристики белгородской молодежной информационной политики – степень участия региональных СМИ в реализации базовых проектов государственной молодежной политики, количество и содержание журналистских материалов по молодежной политике, состояние молодежной журналистики в регионе, положения нормативно-правовых актов, касающихся информационной составляющей молодежной политики и др. По итогам исследования будут сформулированы предложения по совершенствованию молодежной информационной политики в Белгородской области.

При подготовке статьи были изучены труды теоретиков журналистики Я.Н. Засурского, С.Г. Корконосенко, исследователей федеральной молодежной печати и телевидения Л.В. Цвик, М.Е. Аникиной [1], практика региональной молодежной политики П.Н. Беспаленко [4,5], теоретиков медиаобразования и медиакритики А.В. Федорова, А.П. Короченского, социологов А.В. Шарикова, В.П. Бабинцева [2,3] и др.

Эмпирическую базу исследования составил анализ основных документов по молодежной политике, деятельности региональных газет, журналов, телеканалов, радиостанций, Интернет-сайтов, а также опыт региональной молодежной журналистики, представленной несколькими СМИ, выпускаемыми в настоящее время. Кроме того, использовались результаты региональных социологических исследований, касающиеся отношения молодежи к региональным СМИ, а также данные мониторинга медиа-пространства Белгородской области за 2013 г. по теме «Молодежная политика». Основными методами исследования явились контент-анализ, метод сравнительно-сопоставительного анализа и теоретический метод.

### Белгородские СМИ и основные направления государственной молодежной политики

Информационное пространство Белгородской области в последние годы представлено следующими средствами массовой информации: 8 общедоступных столичных телевизионных каналов; 2 областные телекомпании (ТРК «Мир Белогорья» и ТК «Приосколье»); филиал ВГТРК – ГТРК «Белгород»; 7 муниципальных и коммерческих телевещательных компаний (прим. - среди них ТК «Белгород24» и «9 канал», «5 канал» в г. Старый Оскол); областное и местное государственное радиовещание («Радио 31», многочисленные районные радиостанции); около 20-ти коммерческих FM-радиостанций; ряд информационных агентств и Интернет-порталов (bel.ru, belnovosti.ru, mirbelogoria.ru, belpressa.ru).

Также издаются более 60-ти периодических изданий, распространяемых в киосках и по подписке – в том числе 3 областные газеты («Белгородские известия», «Белгородская правда», спортивный еженедельник «Смена») и около 40-ка межрегиональных, городских и районных газет, 5 областных коммерческих журналов и 40 специализированных газет [11].

Среди обозначенных региональных СМИ присутствует сегмент специализированных молодежных медиа проектов, который по данным на 20014 год представлен несколькими действующими изданиями и передачами: журнал «ОнОнас», радиопрограмма «Горизонт» на ГТРК «Белгород», Интернет-телеканал «Сминг ТВ» (sming.tv), а также проекты Белгородского государственного университета - студенческий вкладыш «Nota Bene», «Твое университетское телевидение», радио «БЕЛый Гусь».

В главном федеральном документе - «Стратегии государственной молодежной политики в РФ» [12] - прописаны основные положения молодежной политики. Документ предполагает выполнение восьми базовых проектов, направленных на воспитание в подрастающем поколении гражданской активности («Доброволец России»), самоопределение молодежи на рынке труда («Карьера»), интеграцию молодых людей, оказавшихся в трудной ситуации, в жизнь общества (проект «Шаг навстречу»), поддержку молодых семей («Молодая семья России»), а также формирование общероссийской молодежной информационной сети («Новый взгляд»).

Всего сферу реализации ГМП в Белгородской области регулируют более 100 региональных нормативно-правовых актов. В 2000 г. была принята базовая областная целевая программа «Молодость Белгородчины» [9] (продлена до 2017 г.), цель которой – мобилизация творческого, инновационного потенциала молодежи для участия в социально-экономических, политических и культурных преобразованиях в области, а также решение молодежных проблем.

По данным социологического исследования [2, с. 9-10] белгородскую молодежь больше всего беспокоит нехватка денег или финансовое неблагополучие (36,6%), трудоустройство и отсутствие справедливости в обществе (по 15%), неблагополучное состояние здоровья (10,6%), проблемы в семье (8%), недоступность качественного образования (4,7%). Проблема жилья в сознании белгородской молодежи не является проблемой его отсутствия, но трудности возникают с его приобретением или оплатой. Почти половина (49,9%) молодых людей обеспокоены его высокой стоимостью.

Проанализируем, в какой степени современные белгородские СМИ участвуют в реализации «Стратегии государственной молодежной политики в РФ», насколько активно помогают в решении молодежных проблем.

**1. Проект «Карьера».** В Белгородской области ежегодно 30 лучших студентов становятся стипендиатами губернатора, около 40 человек – лауреатами ежегодной губернаторской премии «Молодость Белгородчины». Школы молодых ученых при вузах объединяют более полутысячи молодых талантов. В 2009 г. создан Совет молодых ученых и специалистов. В НИУ «БелГУ» действует бизнес-инкубатор, который оказывает поддержку молодежным проектам в сфере наукоемких технологий [5, с. 2].

Новости из сферы образования от случая к случаю звучат в новостных материалах белгородских СМИ. Проблемы образования изредка обсуждаются в газетных рубриках и телепередачах (например, в программе «Есть разговор» на ТРК «Мир Белогорья»). Специализированной передачи по образованию в регионе не выпускается. На официальном сайте управления молодежной политики области <http://molodchiny.ru> присутствуют разделы «Образование и наука» (новости из вузов и ссузов, объявления о конкурсах) и «Работа» (ссылки по поиску работы и ведению бизнеса). В областном молодежном журнале «ОнОнас» выходят репортажи о молодежи, которая обучается по сельскохозяйственным и рабочим специальностям.

В то же время безработный молодой человек и предприниматель даже с учетом получения господдержки сталкивается с большим количеством материальных, организационных трудностей, нуждается в консультациях юридического, экономического, психологического характера. Однако такого рода информационная поддержка практически не оказывается большинством белгородских СМИ. Отдельно следует отметить издание «Белгородское бизнес-обозрение»,



учредителем которой выступает Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства, а также программу на Sming TV «Бизнес как он есть» - о молодых бизнесменах.

**2. Проект «Молодая семья Белгородчины».** На Белгородчине проживают 40 тысяч молодых семей. Укреплению института семьи способствуют всевозможные конкурсы и фестивали. Больше 10 лет существует областной конкурс «Крепка семья – крепка Россия», а областной фестиваль «Молодая семья Белогорья» и конкурс молодых семей «Моя самая красивая мама» - более 5 лет [5, с. 3]. Обо всех этих мероприятиях сообщается в новостных материалах белгородских СМИ.

Для большинства белгородских семей жилищный вопрос решается преимущественно индивидуальным строительством. Купить 15 соток земли под строительство по приемлемой цене может любой житель области. Также действуют программа поддержки молодых специалистов на селе и программа для молодых учителей, предусматривающие льготное кредитование и сниженную стоимость квадратного метра. За годы реализации на Белгородчине федеральной программы «Жилище» (с 2002 по 2011 гг. включительно) получили субсидию из федерального бюджета на приобретение или строительство жилья около 1300 молодых семей [5, с. 3].

В то же время основная масса молодежи плохо осведомлена о названных федеральных и региональных программах. Разъяснение жилищного законодательства, рассказ о семьях, которые получили господдержку и решили жилищный вопрос, анализ вариантов ипотечного кредитования и просто советы о том, как дешевле сделать ремонт в квартире не так часто составляют содержание СМИ региона. Радиопрограмма «Горизонт» на ГТРК «Белгород» изредка рассказывает о проблемах молодых семей при строительстве (приобретении) собственного жилья и др. На сайте <http://molodchiny.ru> присутствует рубрика «Молодая семья», где размещается законодательство по обеспечению жильем молодых семей.

Другой актуальный для молодой семьи вопрос – нехватка мест в детских садах. Как попасть в муниципальный детский сад и преодолеть трудности при адаптации ребенка – эти и другие важные для молодых мам вопросы поднимаются на специализированном портале [belmama.ru](http://belmama.ru), в журналах «Родительский репортер», «Мамина азбука».

**3. Проект «Успех в твоих руках».** В Белгородской области более 10 лет проводятся фестиваль творчества учащейся молодежи «Студенческая весна», фестивали поэзии и авторской песни «Оскольская лира», «Нежегольская тропа», конкурс эстрадного танца «Осколданс» и др. Победители и активные участники этих мероприятий вносятся в региональный банк данных талантливой молодёжи [5, с. 4].

Обо всех этих событиях сообщают СМИ региона. Кроме того, на молодежном телеканале Sming TV в сети Интернет выходит телепрограмма «PhotoRevue», посвященная совершенствованию в фотоискусстве. Молодежный журнал «ОнОнас», радиопрограмма «Горизонт», студенческие проекты БелГУ (вкладыш «Nota Bene», «Твое университетское телевидение», радио «БЕЛый ГУсь») рассказывают о талантливых молодых земляках.

Наиболее актуальными являются тематические и аналитические материалы о проблемах, которые мешают молодежи достичь успеха. Главная из них - состояние здоровья. «В среднем только немногим более 10% выпускников школ могут считаться абсолютно здоровыми. Большая часть искусственных абортов приходится на группу 15-24-летних» [4, с. 9-11].

Средства массовой информации области передают свежие статистические данные по состоянию здоровья белгородцев. Регулярно проводятся пресс-конференции с участием медицинских работников, посвященные Всемирному дню борьбы со СПИДом, профилактике гриппа, гепатита и других заболеваний. В то же время систематического разговора о здоровье (посредством выпуска специализированных издания, радио или телепередачи) в региональных СМИ не ведется.

Также в белгородских СМИ выходят материалы о проводимой работе с семьями и детьми, находящимися в социально опасном положении, публикуются комментарии врачей о вреде наркомании и табакокурения, выступления педагогов и юристов о чистоте русского языка и правовой ответственности за употребление ненормативной лексики. Хорошо обстоит дело с пропагандой здорового образа жизни. В Белгородской области регулярно ремонтируются и строятся новые оздоровительные центры и стадионы, об открытии которых сообщается в региональных СМИ. Рассказывается также о победах белгородских спортсменов в соревнованиях Всероссийского и мирового уровня.

**4. Проект «Команда».** В регионе зарегистрировано около 700 детских и молодежных общественных объединений. В области возродили студенческие трудовые отряды, численность которых выросла за десять лет с 26 до 400. В начале 2000-х гг. был избран первый состав молодежного правительства, в 2006 г. молодежный Совет был создан при Белгородской областной Думе. Действуют школа для подростков «Я – лидер», областная летняя выездная школа студенческого актива «Альтернатива», международный образовательный молодежный форум «Нежеголь» [5, с. 8].

Белгородские СМИ регулярно освещают мероприятия молодых активистов. Более того, в рамках форума «Нежеголь» журналисты проводят семинары и мастер-классы с молодежью по

технологиям СМИ и сети Интернет. Областной молодежный журнал «ОнОнас» проводит круглые столы с активистами молодёжных организаций – студенческих советов вузов, Белгородского городского союза студентов (БГСС) и др.

О студенческих трудовых отрядах в летний период выходит довольно много сообщений в печатных и электронных СМИ области. На молодежном телеканале «Sming TV» в сети Интернет транслируется игра-дебата «Полный контакт», где команды соревнуются в ораторском искусстве. Можно отметить, что в СМИ недостаточно представлена деятельность молодежных общественных объединений. Исключение составляют самые крупные – белгородские отделения «Российского союза молодежи» и «Молодой гвардии Единой России».

**5. Проект «Гражданин России».** Духовно-нравственным и патриотическим воспитанием молодежи занимаются Белгородская и Старооскольская Епархия и Добровольное общество содействия армии, авиации и флоту России (ДОСААФ). Ежегодно проводятся форум православной молодежи, студенческая Пасха, слет военно-патриотических клубов «Армия. Родина. Долг», областная военно-патриотическая игра «Зарница». В рамках торжеств в честь Великой Победы во всех районах области проходят праздничные мероприятия.

Региональными СМИ оказывается информационная поддержка реализации целевой программы «Основы духовно-нравственного воспитания населения Белгородской области», а также работы действующих в области 33 православных духовных молодежных центров, 186 клубов и секций военно-патриотической направленности, где занимаются свыше 22 тысяч молодых людей [5, с. 10].

Помимо сообщений о патриотических мероприятиях, белгородские СМИ готовят тематические сюжеты, посвященные судьбам ветеранов войны и труда, их сегодняшним проблемам. Интервью с заслуженными белгородцами выпускаются в молодежной радиопрограмме «Горизонт» (ГТРК «Белгород»), областном журнале «ОнОнас» и др.

**6. Проект «Молодой доброволец Белгородчины».** Областная система волонтерства включает 153 волонтерских молодежных объединения с охватом свыше 20 тысяч молодых людей в возрасте 14 – 30 лет. Волонтеры стараются решать проблемы стариков, ветеранов, инвалидов, сирот и т.д. В 2013 г. начала свою работу школа волонтеров, призванная помочь активистам успешно справляться с организационными, юридическими, психологическими проблемами [9].

На официальном сайте управления молодежной политики области <http://molodchiny.ru> в разделе «Общественная жизнь» присутствует информация о делах белгородских волонтеров. На лентах информагентств [bel.ru](http://bel.ru), [belnovosti.ru](http://belnovosti.ru), в телеэфире ТРК «Мир Белогорья» выходят интервью с начальником управления молодежной политики области, который, в частности, касается темы развития волонтерского движения на Белгородчине. В то же время систематической популяризации идей волонтерства (милосердия, безвозмездной помощи ближнему и др.) в белгородских СМИ не прослеживается.

**7. Проект «Шаг навстречу».** Психологи Центра молодежных инициатив на протяжении нескольких лет работают с молодыми инвалидами. Более 5 лет подряд проходит международный легкоатлетический пробег «Спорт для всех». В 2011 г. стартовала акция «Культура без границ», в ходе которой молодые инвалиды посещают музеи, театры и т.д. В фестивале «На равных» ежегодно участвует более 50 молодых инвалидов в номинациях: авторская поэзия, художественное чтение, эстрадный вокал [5, с. 14].

Белгородские СМИ информируют общественность о мероприятиях с участием инвалидов. Тем не менее, выходит малое количество журналистских материалов о судьбах молодых людей, столкнувшихся с тяжелым заболеванием. (Молодежный журнал «ОнОнас» в номере за январь 2014 года писал о волонтерах, помогающих слабовидящим детям.) Чтобы разговаривать с инвалидами и писать о них, необходим человеческий и профессиональный опыт, которого часто не хватает молодым журналистам.

**8. Проект «Молодежная информационная сеть «Новый взгляд».** По данным социологических исследований [2, с. 24], уровень популярности региональных СМИ среди молодежи остается довольно низким – 3,36%. Кроме того, молодые люди в большинстве своем не доверяют основным институтам управления (политическим партиям, молодежным организациям и др.) и должностным лицам. Наивысший рейтинг доверия у Президента РФ (почти 50%), Губернатору области верят 15,27%, меру Белгорода – лишь 6,1% молодежи. Одной из причин недоверия молодежи к представителям общественно-политической элиты, за исключением президента РФ, социологи определяют недостаточную информированностью молодых людей о конкретных региональных институтах, представителях власти.

В рамках реализации проекта «Новый взгляд» действуют официальный сайт органов по делам молодежи области <http://molodchiny.ru>, портал по развитию инновационной активности молодежи муниципальных образований области [www.innov31.ru](http://www.innov31.ru). С 2013 г. вместо областной газеты «Смена» АНО «Издательский дом «Мир Белогорья» выпускает областной молодежный журнал «ОнОнас», который относится к качественному полноцветному изданию. Также выходит радиопрограмма «Горизонт» («Радио России – Белгород»), медиа-проекты БелГУ - радио «БЕЛый



ГУсь», приложение «Nota Bene», «Твое университетское телевидение». На областном телевидении пока не выпускается молодежной передачи. В Старом Осколе Белгородской области действует молодежный телеканал «Сминг ТВ», который транслируется через Интернет.

Органы по делам молодежи были учредителями областной газеты «Смена» (1956 – 2013 гг.), православного публицистического журнала «Новый ковчег» (2003-2008 гг.), газеты «Студень» (2001-2008 гг.). Как показывает практика, поддержка власти позволяет молодежным СМИ существовать дольше, однако не гарантирует популярности проекта в молодежной среде. Если инициатива по созданию молодежного проекта исходит сверху, то довольно сложно завоевать доверие молодежи. На наш взгляд, более целесообразно поддержать уже существующее молодежное СМИ, созданное по инициативе самой молодежи.

Таким образом, для решения проблемы недостаточной информированности молодых людей о конкретных региональных институтах и представителях власти, необходимо продолжить работу по совершенствованию белгородской молодежной информационной сети «Новый взгляд». Одной из направлений деятельности этой сети может стать оказание различных видов поддержки молодежным СМИ, созданным молодыми энтузиастами.

В целом белгородские СМИ оказывают информационную поддержку реализации проектов «Стратегии государственной молодежной политики РФ», рассказывая о талантливой молодежи, фестивалях молодых семей, акциях по поддержке молодых инвалидов и др. В то же время редакции не уделяют достаточного внимания темам социализации подростков, оказания помощи молодежи в решении ее проблем, в малом количестве публикуют справочные и развлекательные материалы.

Среди положительных аспектов молодежной региональной информационной политики:

- выпуск разнообразных материалов, в той или иной степени связанных с жизнью молодежи. Так, выпускается газета для предпринимателей «Бизнес-обозрение», портал для матерей belmama.ru, проблемы образования и здоровья обсуждаются в рамках общественно-политических программ ТРК «Мир Белогорья», регулярных пресс-конференций;

- работа качественного сайта управления молодежной политики области <http://molodchiny.ru>, выпуск интервью начальника управления молодежной политики области в белгородских СМИ [9], что обеспечивает реализацию принципа открытости молодежной политики;

- переориентация молодежных СМИ с информирования о мероприятиях органов по делам молодежи на тематические материалы, интересные большинству молодежи (журнал «ОнОнас», телеканал «Сминг ТВ»).

К отрицательным аспектам освещения молодежной информационной политики можно отнести:

- недостаточное количество журналистских материалов, посвященных помощи молодым людям в решении их проблем в сферах образования, трудоустройства, обеспечении жильем и др.;

- низкая популярность белгородских СМИ среди молодежи. Редакции не в достаточной степени изучают информационные потребности молодежи, редко общаются с молодежной аудиторией в рамках круглых столов;

- отсутствие систематического разговора по темам, затронутым в базовых проектах «Стратегии...» - идеях и миссии волонтерской деятельности, помощи молодым инвалидам, деятельности молодежных объединений и др.;

В итоге можно сделать вывод, что государственная молодежная политика не в полной мере использует потенциал средств массовой информации, в целом, и молодежной журналистики, в частности, как инструмента помощи молодежи в решении ее проблем. Данный вывод подтверждают данные мониторинга медиапространства, подготовленного отделом аналитики и прогнозирования Департамента внутренней и кадровой политики области [8].

### **Анализ мониторинга региональных СМИ по теме «Молодежная политика»**

По данным мониторинга СМИ за 2013 г. по теме «молодежная политика, духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи» вышло 4582 журналистских материала. В том числе в федеральных, областных и районных газетах были опубликованы 1970 статей, на сайтах различных уровней размещено 1378 материалов, в теле и радиоэфир вышло 1234 репортажа. Наибольшее число упоминаний в СМИ о молодежной политике было зафиксировано в июне (518 ед.), наименьшее – в январе (177 ед.). В среднем же в месяц по молодежной политике выходит порядка 350-400 материалов.

Большинство (88,6 %) материалов СМИ носит позитивную направленность. Это новости о проведении различных молодежных мероприятий, отчеты о деятельности органов по делам молодежи области, сообщения о победах белгородской молодежи в различных Всероссийских и региональных конкурсах. Например, в 2013 г. публиковалась информация по обсуждению регионального законопроекта о поддержке молодежи, появлении нового сайта управления



молодежной политики области, проведении первого молодежного медиафорума и др. Преобладающие жанры – расширенная заметка, информационный отчет, корреспонденция.

Реже встречается портретная зарисовка о молодежном лидере, талантливом молодом белгородце. Например, выходили статьи о молодежной науке («Нужны молодые ученые», АиФ от 06.02.2013 г.), получателе гранта от Росмолодежи на развитие своего проекта («Чирлидинг как искусство», ИА «Медиатрон» mediatron.ru от 22.02.2013 г.), истории сельского парня, достойно прошедшего военную службу («Армейская закалка Сергея Прутского», газета «Валуйская звезда» Валуйского района от 22.02.2013 г.). Большинство новостных материалов позитивного характера выходят в областных и районных газетах, на региональном телевидении.

Около 11 % журналистских материалов представляют нейтральную информацию. Это данные статистики, касающейся молодежи, короткие сообщения о принятии или продлении того или иного законопроекта по молодежной политике, сообщения о конкурсах, грантах, обучении для молодежи. Для материалов нейтрального характера характерны краткость и сухость изложения, официальность, ссылка на источник, часто отсутствие комментариев по данному вопросу. Основной жанр – заметка, которая в большей степени присуща сетевым информагентствам. Кроме того, заметки встречаются в печатных СМИ под рубрикой «Короткой строкой».

В меньшинстве – материалы негативного или критического характера. Им присущи большой объем, аналитичность, наличие комментариев представителей ведомств. Это проблемные аналитические статьи и репортажи, которых в течение года вышло около 10-ти единиц (0,2 % от общего числа материалов по теме). Причем выпуск таких материалов пришелся на начало года – январь, февраль и апрель месяцы.

Обозначенные журналистские материалы посвящены критике организации новогодних школьных каникул в Белгородской области (belkprf.ru от 14. 01.2013 г., «Слово коммуниста» от 16.01.2013 г.), незаконном сокращении числа участников программы обеспечения жильем молодых семей в Красненском районе (mediatron.ru от 18.02.2013 г.), борьбе молодёжных организаций с сектами (сайт «Русский календарь» guskalendar.ru от 25.02.2013 г.), предложении разработать программу рассрочки платежей при покупке жилья (сайт ТРК «Мир Белогорья» mirbelogorya.ru от 27.02.2014 г.), проверке автошкол (газета «Наш Белгород» от 6.02.2013 г.), критике реализации в регионе проектов и программ по духовно-нравственному воспитанию населения (сайт газеты «АиФ.Белгород» chr.aif.ru от 1.04.2013 г.) и др.

Большинство критических материалов выходило в прессе и на порталах различных уровней. В то же время на телевидении и радио также поднимаются проблемные вопросы в рамках тематических передач. Например, на ТРК «Мир Белогорья» выходили интервью с начальником управления молодежной политики области (передача «Прямой разговор»), представителями департамента здравоохранения и социальной защиты населения области о поддержке молодых семей и актуальных вопросах демографической политики (программа «Знающие люди»).

Надо отметить, что критические и негативные материалы, касающиеся работы управления молодежной политики, выделяются особо. Отвечать или не отвечать на каждый негативный материал решается непосредственно в управлении, где создан отдел информационно-аналитической работы. В случае же, когда заходит вопрос об авторитете области, ответ редакции СМИ готовится незамедлительно с объяснением ситуации и рассказом о принятых мерах.

Далее проанализируем журналистские материалы на молодежные темы в разрезе конкретных средств массовой информации Белгородской области. Наиболее активными в освещении вопросов молодежной политики являются следующие региональные СМИ:

1) В сети Интернет - официальный сайт Правительства Белгородской области belregion.ru, сайт ТРК «Мир Белогорья» mirbelogorya.ru, информационные областные порталы белру.рф и mediatron.ru, муниципальный медиапортал «БелГородские новости» belnovosti.ru. Также молодежные темы освещают Интернет-ресурсы политических партий - сайт ВОО «Молодая Гвардия Единой России» (mger2020.ru) и БРО КППФ (belkprf.ru).

2) Среди печатных СМИ – общественно-политические газеты «Белгородские известия» и «Наш Белгород», в меньшей степени – «Белгородская правда», районные газет; что касается региональных приложений к федеральным и межрегиональным изданиям («Комсомольская правда», «Житье-Бытье», «Аргументы и факты»), то при небольшом количестве материалов на молодежные темы, эти издания привлекают молодежь актуальностью статей, остротой поднимаемых вопросов.

3) Среди телерадиокомпаний – ТРК «Мир Белогорья», ТК «Белгород-24» (ранее ТК «Белый город»), в меньшей степени - ГТРК «Белгород».

Материалы информагентств носят новостной характер. На лентах порталов belnovosti.ru, mirbelogorya.ru, белру.рф ежемесячно выпускается в среднем по 120 коротких новостей, касающихся молодежи и молодежной политики, то есть по 4 сообщения в день. Надо сказать, что кроме информативности, заголовки региональных Интернет-порталов являются привлекательными для молодежи: «Белгородцев приглашают на запуск небесных фонариков», «В



Белгородской области заработает молодежный жилищный кооператив», «Animal ДжаZ» в Белгороде: уникальная акустика» и др. Инфомагента кратко, доступно, оперативно, наглядно – с обилием фотографий - преподносят новости по интересующим молодежь темам.

Общественно-политические газеты «Белгородские известия» (3 раза в неделю) и «Наш Белгород» (1 раз в неделю) также публикуют ежемесячно в среднем свыше 20-ти материалов о молодежи и молодежных мероприятиях - каждая. Общая доля двух десятков районных газет составляет свыше 100 материалов о молодежи ежемесячно.

Районные газеты регулярно рассказывают на своих страницах об успехах молодых земляков на различных поприщах, работе местных молодежных организаций, изредка обращаются к актуальным темам, например, реализации программы обеспечения жильем молодых семей в районе, проведении семинаров для беременных женщин и молодых мам на базе местных амбулаторий и др.

Региональные приложения к федеральным и межрегиональным газетам «Комсомольская правда», «Житье-Бытье», «Аргументы и факты» чаще, чем другие издания касаются проблемных вопросов в таких материалах, как «Новобранцев ждут боевые и стиральные машины» («Житье-Бытье», 9.04.2013 г.), «От 14 до 18. Где и сколько подросток может заработать летом» («Российская неделя» от 06.06.2013 г.), «Наши чиновники не любят Твиттер?» («Комсомольская правда-Белгород» от 7.06.2013 г.) и др.

Специфика печатных СМИ позволяет выпускать расширенные заметки, корреспонденции, статьи. В основном их тематика также посвящена проведению мероприятий органов по делам молодежи и предвыборных молодежных акций. Заголовки в газетах более образны, не столь информативны как на Интернет-сайтах, порой напоминают лозунги: «Даешь инициативу!» (газета Валуйского района «Валуйская звезда»), «Награды талантливым» (газета Красногвардейского района «Знамя труда»), «Ребята, давайте жить толерантно!» (газета Строскольского района «Зори»).

Региональные телерадиокомпании широко освещают молодежные акции, фестивали и форумы в новостных выпусках «Вести-Белгород», «Новости Мира Белогорья» и «К этому часу». Ежемесячно на ГТРК «Белгород», ТРК «Мир Белогорья» и ТК «Белгород-24» выходит по 20 тематических телерепортажей на каждом канале. Кроме того, на радиостанциях «Русское радио», «Дорожное радио», «Радио 31», «Авторadio» ежемесячно транслируется более 80 новостных сообщений по молодежным темам. Всего в телерадиоэфире примерно 5 репортажей в месяц посвящены проблемным молодежным вопросам, например, борьбе молодежных организаций с сектами, акциях волонтеров против курения, сборе помощи детям, находящимся в реабилитационном центре и др.

В целом журналистских материалов, которые могли бы вызвать живой отклик молодых белгородцев, выходит во всех типах СМИ не так много - примерно 10 процентов от общего числа опубликованных газетных статей и репортажей о молодежи за месяц. Интересные темы диктуют привлекательные заголовки: «Коридоры власти: вход для молодых» (газета Прохоровского района «Истоки» от 11.04.2013 г.), «Размышления на молодежную тему в зимний вечер» (mediatron.ru от 13.02.2013 г.), «Как учат в автошколах?» («Наш Белгород» от 06.02.2013 г.) и др.

Данные материалы не обязательно носят критический или негативный характер. В своем большинстве они относятся к позитивным материалам. В то же время их небольшое количество возможно объясняется тем, что для создания интересного, основательного материала требуются большие затраты труда и времени журналиста. Нередко разрабатывать интересные темы журналисту приходится по своей инициативе в нерабочее время.

Таким образом, региональные СМИ достаточно активно участвуют в поддержке молодежной политики региона и государства в целом. Об этом отчасти говорит большое количество вышедших материалов. Что касается качественных характеристик, то здесь наблюдается некоторая неравномерность в выполнении функций журналистики по отношению к молодежной аудитории.

Наиболее полно региональными СМИ выполняются функции по воспитанию и обеспечению духовной безопасности молодежи. Большинство материалов местных СМИ посвящено проведению различных фестивалей, конкурсов, акций, работе военно-патриотических клубов, православных трудовых отрядов и другим направлениям деятельности управления молодежной политики области и Белгородской и Старооскольской епархии.

Что касается участия СМИ в социализации подростков, оказании помощи молодежи в решении ее проблем (в сферах трудоустройства, обеспечения жильем и др.), публикации полезных справочных сведений и развлекательных материалов, то выходит значительно меньшее число подобных журналистских материалов. Большинство региональных СМИ не стремятся удовлетворять информационные потребности молодых белгородцев как своей целевой аудитории или же ее части. Это утверждение подтверждают малое количество журналистских материалов (около 10% от общего количества), посвященных молодежным проблемам или хотя бы просто вызывающих интерес молодежи привлекательными для нее заголовками и темами.



### Совершенствование взаимодействия органов по делам молодежи области и белгородских СМИ

Согласно базовой областной программе «Молодость Белгородчины» на 2013-2015 гг. [7], государственная молодежная политика реализуется в Белгородской области на основе ряда принципов. Одним из них является информационная открытость, что подразумевает не только активное взаимодействие структур по делам молодежи со средствами массовой информации в деле освещения молодежных мероприятий, но также готовность оперативно предоставлять информацию по официальному запросу редакций СМИ.

В 2013 г. в управлении молодежной политики области был создан отдел информационно-аналитической работы, что позволило оптимизировать взаимодействие с журналистами. Действует сайт управления молодежной политики области <http://molodchiny.ru>, а также электронные ресурсы в социальных сетях - Твиттере, ВКонтакте и Facebook'e. В группе ведомства «ВКонтакте» выложено более 100 видеозаписей по теме «молодежная политика» - это интервью руководства, выступления молодежных коллективов и др.

Кроме того, в программе заявлено «создание единой областной системы мониторинга состояния молодежной среды, прежде всего, путем социологических исследований» [7]. Эта работа ведется, в том числе и по заказу структур по делам молодежи. С 2007 г. в Белгороде и области было проведено свыше 5 крупномасштабных социологических исследований, прямо или косвенно касающихся молодежи. Например, исследование по проекту «Социальные проблемы молодежи г. Белгорода» [2] проводилось по инициативе управления молодежной политики администрации г. Белгорода Центром социальных технологий БелГУ.

Также среди мероприятий программы «Молодость Белгородчины» обозначено сотрудничество со средствами массовой информации в создании телепередач, направленных на воспитание подрастающего поколения и др. На практике же в 2008-2012 гг. – в том числе и в Год молодежи (2009 г.) – по инициативе или при поддержке органов по делам молодежи области не было создано новых молодежных СМИ. Более того, за это время сократился список существующих молодежных газет и телепрограмм. Причем, закрылись не только созданные молодыми активистами передачи-«однодневки», не обращавшиеся за государственной поддержкой (телевизионное ток-шоу «Вовремя» на ГТРК «Белгород»), но и проекты, одним из учредителей которых являлось областное управление по делам молодежи (журнал «Новый ковчег»).

Следует также рассмотреть медиаплан, подготовленный отделом информационно-аналитической работы управления молодежной политики области в 2013 г. Наиболее встречающиеся в медиа-плане формы взаимодействия со СМИ – это подготовка и рассылка пресс-релизов об итогах конкурсов и ходе проведения фестивалей, приглашение журналистов для освещения различных конференций, марафонов, чемпионатов и т.д. В меньшей степени применяются такие формы работы со СМИ как организация пресс-конференций, пресс-туров, комментариев специалистов.

В целом наблюдается сокращение числа пресс-конференций по молодежной политике по сравнению с предыдущим периодом 2008-2012 гг. Ранее большее число пресс-конференций проводилось в преддверии различных фестивалей и конкурсов. Сегодня пресса собирается по значимым информационным поводам. Например, чтобы подвести итоги общественного обсуждения законопроекта о поддержке молодежи области и др. Что касается выпуска аналитических статей и репортажей, организации пресс-туров по посещению школ, вузов и др. объектов с целью поделиться положительной практикой и др. – то в медиа-плане управления такое не было отмечено. Также не значилось создание молодежных СМИ.

В то же время в областном телерадиоэфире часто выходят интервью руководства управления, касающиеся различных вопросов молодежной политики. Кроме того, в медиа-плане прописан выпуск серии статей и репортажей о талантливых молодых людях, ставших лауреатами ежегодной областной премии «Молодость Белгородчины». Также управлением уделяется внимание выпуску социальной рекламы. Так, ко Дню российской молодежи был подготовлен телевизионный ролик.

Осенью 2013 г. состоялся Медиафорум для молодых журналистов, активных блогеров и пользователей сети Интернет. В 2014 г. стартовал Медиа-кросс, объединивший талантливых журналистов, фотокорреспондентов, блогеров со всей России. Управлением молодежной политики также выдаются гранты на развитие различных молодежных инициатив, в том числе и на поддержку молодежных СМИ в районах области. Например, в 2014 г. такой грант получил телеканал «Твой край», созданный молодыми активистами Борисовского района области.

Заслуживает рассмотрения и региональный закон «О поддержке молодёжи в Белгородской области» [10], который вступил в силу в октябре 2013 г. Большое внимание в нем уделено информационной составляющей. Так, согласно документу органы исполнительной власти Белгородской области содействуют созданию и развитию государственных образовательных порталов в сети Интернет; взаимодействуют со СМИ с целью создания познавательной,





развивающей информации для молодёжи; проводят рекламно-информационную деятельность, пропагандирующую достижения талантливой молодёжи; реализуют меры, направленные на информирование молодёжи о добровольчестве.

Возможно, по итогам реализации обозначенных положений молодежная информационная политика в регионе получит толчок к развитию. Сегодня ее совершенствование становится насущно необходимым, ведь молодежь утрачивает интерес к чтению периодики, все больше увлекаясь Интернет-технологиями [1]. Прежде всего, эта общероссийская тенденция отражается на популярности региональных СМИ. Молодые люди либо не желают, либо считают неэффективным отстаивать свою позицию в белгородских СМИ. Чтобы избежать редакционной цензуры, многие активные молодые люди высказывают свою точку зрения в социальных сетях, личных блогах и др.

Факт низкой популярности белгородских СМИ среди молодежи подтверждают результаты социологического исследования [3]. Из 2700 респондентов 879 человек или 32,5% представляли молодежь в возрасте от 18 до 29 лет. По итогам исследования выяснилось, что лишь каждый пятый от числа опрошенных молодых белгородцев читает местные газеты. Также молодежь реже других категорий населения удовлетворена характеристиками белгородской печати, такими как актуальность, достоверность информации и др.

Лишь 15% от числа опрошенных студентов смотрят местные телепрограммы. А программы региональных радиоканалов оказались в числе аутсайдеров у всех категорий населения. Основным же пользователем местных Интернет-ресурсов является именно молодой человек в возрасте 18-29 лет, студент или рабочий с неоконченным или окончанным высшим образованием. Половине молодых горожан, принявших участие в анкетировании, хотелось бы видеть в региональных СМИ информацию о реализации муниципальных программ по поддержке детей и молодежи, молодой семьи, а также по организации занятости населения. Последний вопрос наиболее остро волнует студентов (37,7%) [3, с. 7-15].

Согласно социологическим исследованиям, наиболее популярными региональными СМИ среди молодежи являются Интернет-порталы белру.рф, belnovosti.ru и др. В меньшей степени молодежь отдает предпочтение местным телеканалам ГТРК «Белгород» и ТРК «Мир Белогорья». Среди печатных СМИ лидирует развлекательный еженедельник «Житье-Бытье». Несмотря на те или иные симпатии или антипатии к региональным СМИ, молодежь нуждается в информации регионального значения. И большой пласт актуальной для молодежи информации связан именно с молодежной политикой.

СМИ области информируют молодежь о проведении мероприятий и акций, реализации проектов по молодежной политике. Однако по данным социологического исследования [2, с. 46], уровень информированности молодых людей о молодежной политике остается низким. Почти 80% молодежи не информировано о конкретных мерах управления молодежной политики г. Белгорода. Среди возможных причин этому - недостаточно активная работа над своим имиджем, недостаточный PR, в том числе, и с помощью СМИ. Возможно, проводимые акции рассматриваются теми, кто в них участвует, безотностительно к организаторам. Также примечательным является тот факт, что чаще всего молодые люди связывают с работой органов по делам молодежи организацию различных мероприятий, а не помочь в решении проблем молодежи.

По итогам анализа нормативных актов по информационному сопровождению молодежной политики, изучения данных социологических исследований предлагаем следующие пути совершенствования взаимодействия органов по делам молодежи области с белгородскими СМИ в реализации государственной молодежной политики:

1) Для эффективного использования СМИ в оказании помощи молодежи в решении ее проблем органы по делам молодежи области могут проводить пресс-конференции по актуальным для молодежи вопросам. Темы могут быть определены по итогам опросов молодежи. То же касается организации пресс-туров с целью рассмотрения положительной практики решения молодежных проблем на местах. Речь идет о тематических и даже проблемных пресс-конференциях, пресс-турах, комментариях специалистов.

Целесообразным будет – при наличии финансирования – продолжить выпуск социальных аудио- и видеороликов, наружной рекламы по молодежной политике. Все это, несомненно, будет служить благоприятному имиджу управления молодежной политики области.

Обеспечить эту деятельность призваны пресс-секретари, которые присутствуют в штате управления молодежной политики области. Они должны оперативно реагировать на любые запросы журналистов, при выполнении медиа-плана по молодежной политике применять разнообразные формы работы со СМИ, предлагать интересные для молодежи и журналистов темы.

2) Редакция СМИ, особенно ориентированным на молодежь, следует, в свою очередь, не ждать готового пресс-релиза о молодежной политике, а самим договариваться о комментариях специалистов по различным актуальным для молодежи темам. При разработке молодежных тем журналистам следует использовать данные социологических исследований молодежной среды федерального и регионального уровней.



Согласно социологическим исследованиям [6], при чтении газеты или просмотре телепередачи, молодежь заинтересуют развлекательные и справочные материалы. Также будет иметь успех оригинальная подача материала, эстетичный дизайн, наличие иллюстраций. Немаловажным является тот факт, что молодежь выбирает новые мультимедийные технологии, ценит интерактивность, гипертекстовость. И печатное издание или телепередача, при учете данной особенности и применении стилизованного под Интернет-сайты дизайна и характера подачи материалов, также привлекут молодых людей.

Что касается содержательной стороны, то, как сообщают социологи [3, с. 7-15], большинству молодых белгородцев хотелось бы видеть в региональных СМИ информацию о реализации муниципальных программ по организации занятости и другим мерам поддержки молодежи и др.

3) Структурам по делам молодежи следует оказывать организационную и материальную поддержку развитию молодежных СМИ в регионе: выступать учредителем новых молодежных СМИ, поддерживать существующие СМИ, созданные молодыми энтузиастами. Без направляющей силы органов по делам молодежи области молодежные СМИ так и будут создаваться от случая к случаю, они не получат системного развития, не станут массовым молодежным движением. Возможно, Всероссийский молодежный Медиа-форум, стартовавший в 2013 г., станет традиционной площадкой для развития белгородской молодежной журналистики.

Бесспорно, молодежные СМИ станут популярными среди молодежи, когда инициативу по их созданию проявят сами молодые люди. В то же время талантливую молодежь нужно искать и поддерживать. Сегодня управление молодежной политики области выдает гранты, в том числе и на развитие молодежных СМИ в районах области. В то же время не ведется регулярный мониторинг состояния молодежной журналистики в регионе с целью оказания систематической поддержки уже существующим СМИ, созданных молодыми энтузиастами.

Создание конкурентной среды среди молодежных СМИ пойдет на пользу их качеству, позволит совершенствовать способы обратной связи с молодым читателем. Эти и другие меры, на наш взгляд, позволят укрепить авторитет местных СМИ среди белгородской молодежи, а при помощи качественных журналистских материалов государственная молодежная политика будет реализовываться более эффективно.

### Литература

1. Аникина, М.Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / М.Е. Аникина; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2006. – 203 с.
2. Бабинцев, В.П. Социальные проблемы молодежи города Белгорода [Текст]: информ.-аналитич. отчет по итогам социолог. исслед. / В.П. Бабинцев, В.А. Воронов, Б.В. Заливанский, М.А. Набережная, – Белгород, 2008. – 114 с.
3. Бабинцев, В.П. Оценка эффективности муниципальных средств массовой информации города Белгорода [Текст]: информ.-аналитич. отчет по итогам социолог. опроса / В.П. Бабинцев, Б.В. Заливанский, Е.В. Самохвалова, – Белгород, 2011. – 209 с.
4. Беспаленко, П.Н. Ежегодный отчет по реализации молодежной политики в Белгородской области за 2007 г. [Текст]: - Белгород, 2008. – 265 с.
5. Беспаленко, П.Н. Творить добро на Белогорье [Текст]: текст выступления о деятельности управления по делам молодежи области за 2011 г., - Белгород, 2012. – 17 с.
6. Возьмитель, А.А. Повседневная жизнь, духовно-нравственное здоровье и духовная безопасность населения в Белгородской области [Текст]: социологич. исслед-е / А.А. Возьмитель, А.И. Хвьяля-Олинттер, П.Н. Беспаленко. – Белгород, 2007. - 78 с.
7. Молодость Белгородчины на 2013-2017 гг. [Электронный ресурс]: долгосрочная целевая программа: утверждена постановлением Правительства области от 12 ноября 2012 г. № 452-пш // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».
8. Мониторинг средств массовой информации по теме «Молодежная политика» за 2013 г. [Текст] / подготовлен отделом аналитики и прогнозирования управления массовых коммуникаций и общественных отношений департамента внутренней и кадровой политики области, - Белгород, 2014.
9. Наталия Полуянова: Для нас ценен сам молодой человек (...) [Электронный ресурс]: Интервью начальника управления молодежной политики области Н.В. Полуяновой. – 2003. – 7 февраля. – Режим доступа: <http://belru.rf/news/interview/75201.html>.
10. О поддержке молодёжи в Белгородской области [Электронный ресурс]: закон Белгородской области / принят Белгородской областной Думой 26 сентября 2013 г. офиц. текст, - 2013. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/462200575>.
11. Смирнова, В.А. Информационная политика органов государственной власти Белгородчины и взаимодействие со средствами массовой информации [Текст] / Журналистика и медиаобразование-2007: сб. трудов II Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 т. Т. I / под ред. проф. А.П. Короченского. – Белгород, БелГУ, 2007. – С. 26-31.
12. Стратегия государственной молодежной политики [Электронный ресурс]: офиц. текст от 18 дек. 2006 г. – 2006. - Режим доступа: <http://www.admhmao.ru/socium/molod/Yprav/1760.htm>.