

Журналистика

УДК 070 : [654.197 : 004]

ББК 76.02

Б 81

Бондаренко О.А.

Генеральный директор, главный редактор ООО «Редакция газеты «Зори», аспирант кафедры печатных СМИ Академии медиаиндустрии г.Москва, e-mail: bond_zor@mail.ru

Механизмы создания системы ценностей в молодежных средствах массовой информации (Рецензирована)

Аннотация:

Рассматривается создание системы ценностей в региональных молодежных средствах массовой информации. Показано, что молодежь предпочитает интернет и ТВ, которые зачастую пропагандируют жестокость, насилие, пошлость. Отмечается, что местная пресса имеет более высокие тиражи в отличие от центральных СМИ и пропагандирует традиционные ценности. Предлагается в районных и городских газетах создавать молодежные приложения, а также школы юных корреспондентов.

Ключевые слова:

Молодежные СМИ, интернет, телевидение, молодежные приложения, традиционные ценности, районные и городские газеты, школа юных корреспондентов.

Bondarenko O.A.

Director General, editor-in-chief of JSC Zori Newspaper Editorial Office, graduate student of Print Media Department, Academy of the Media Industry, e-mail: bond_zor@mail.ru

Mechanisms of value system creation in youth mass media

Abstract:

The paper discusses the creation of value system in regional youth mass media. The youth prefers the Internet and TV which often propagandize cruelty, violence and platitude. The local press is shown to have higher circulations unlike the central mass media. It propagandizes traditional values. The author proposes to create youth supplements in regional and city newspapers, as well as schools for young reporters.

Keywords:

Youth mass media, Internet, television, youth supplements, traditional values, regional and city newspapers, school for young reporters.

В условиях глобализации изменилась роль СМИ в формировании ценностных ориентаций молодежи. Если раньше одним из значимых средств влияния во

всех возрастных группах российской молодежи выступало телевидение, то сейчас все больше умами молодежи овладевает интернет, и только на третьей и чет-

вертой ступенях находятся радио и печать [1]. Это подтвердил и опрос, проведенный автором среди молодежи Краснодарского края. Школьникам и студентам Краснодарского края была предложена анкета. На вопрос, какие источники информации вы обычно предпочитаете, абсолютно все респонденты (было опрошено 500 человек) ответили - ТВ и интернет. На вопрос, какие печатные СМИ вам нравятся, 65 % респондентов ответили: молодежное приложение в газете, 20 % поставили прочерк, 15 % ответили: «не люблю читать».

Молодые люди предпочитают смотреть каналы ТНТ, СТС, Перец, МузТВ, РУТВ. Любимые передачи «Камеди-клуб» (ТНТ), «+100500» (Перец), «Крокодил» (МузТВ), сериалы «Интерны», «Универ» «Зайцев+1» (ТНТ). Немногие отметили канал «Дискавери» и новости на 1 канале. Местные каналы не смотрят. В интернете молодежь в основном общается в социальных сетях - это «Одноклассники», «ВКонтакте», «Facebook», «Youtube» [2].

К сожалению, в интернете в свободном доступе размещены ресурсы самого различного содержания, в том числе и экстремистского. Поток негативной информации оказывает, без сомнения, не самое лучшее влияние на формирование личности и социализацию молодого человека [3].

В своей статье «Что несет нам глобализация и какова роль в этом СМИ» профессор, доктор исторических наук А.В. Черняк отмечает, что «сегодня только 10 процентов 30-50-летних людей (основная производительная сила) выписывают газеты, 90 же процентов смотрят теленовости. Молодежь от 14 до 25 лет вообще не читает газет. Зато 95 процентов молодежи «сидит на игле телевизора и интернета», где в большей степени – деньги, насилие, кровь, кинобоевики, порно.

Прицельный информационный огонь по гуманистическим и национальным ценностям ослабляет постсоветские нации, разъединяет людей, подрыв

вает созидательный менталитет, делает личность эгоистичной, нервной, агрессивной. Психологи отмечают, что негативное влияние СМИ на людей достигло критического уровня [4].

Явная тенденция падения интереса молодежной аудитории к средствам массовой информации рано или поздно может привести к разрушению традиционных механизмов взаимодействия субъектов общества, к затруднениям в процессе социализации.

В последние годы на российском рынке СМИ прослеживается набирающая ход тенденция: местная пресса вытесняет центральную в предпочтениях читательской аудитории. Многомиллионные тиражи таких некогда популярных газет, как, например, «Известия» и «Труд», остались в прошлом. В крупных российских регионах их тиражи насчитывают сегодня 2-3 тысячи экземпляров. Иначе говоря, федеральной общеполитической прессы там фактически нет. Более 70 процентов всех тиражей печатных изданий принадлежит региональной прессе, - констатировал Николай Михайлов, шеф-редактор журнала «Журналист» на третьем Информационном форуме стран СНГ в Белоруссии.

Такое же положение и в Краснодарском крае, где тираж районных газет по подписке достигает от 4 до 10 тысяч экземпляров, в зависимости от числа жителей района. Тираж крупной краевой газеты «Кубанские новости» варьирует от 2 до 3 тысяч экземпляров в районе. Тираж «Комсомольской правды» составляет всего около 1000 штук в одном районе. Население предпочитает местную прессу, так как там присутствует реальная жизнь. В районных и городских газетах нет «желтизны», как во многих центральных популярных изданиях. Можно сказать, что негативные моменты глобализации не сказались в провинции так, как они развиваются в мегаполисах и крупных городах.

Региональные издатели пока только ищут эффективную модель развития ин-

дустрии печатных СМИ в условиях цифровой революции. Поэтому в обозримом будущем доминирующей в издательской отрасли останется печатная модель [5].

Деятельность по информационно-му обеспечению молодежной политики требует от властных институтов организации серьезной аналитической работы, в том числе посредством специализированных служб. Выработка рекомендаций по подготовке политических решений, совершенствованию информационно-аналитического обеспечения во многом способствует повышению эффективности молодежной политики и осмысленной политической социализации молодежи.

В этой связи необходимы новые принципы и интерактивные методы воздействия СМИ на молодежь для формирования у подрастающего поколения высокого уровня культуры, чувства ответственности, патриотизма, любви к своей стране, уважения к старшим, трудолюбия и т.д.

По данным краснодарского департамента печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций (как один из механизмов создания системы ценностей в средствах массовой информации), в крае создана комплексная система использования, мониторинга и контроля медиапространства края. Распространена практика популяризации в СМИ (и, в первую очередь, в сети интернет) информации о деятельности политических, национально-культурных, общественных объединений. При поддержке данного департамента в эфире краевого 9-го телеканала транслируется цикл научно-популярных фильмов о народах, конфессиях, проживающих на Кубани, о взаимодействии гражданского общества с органами государственной власти.

Администрацией края оказывается поддержка сайту «Центра национальных культур» (<http://kubanetnos.ru/>), на страницах которого размещена информация об истории, религии народов, населяющих Краснодарский край, о дея-

тельности молодежных организаций, положительном взаимодействии с органами государственной власти. О росте популярности сайта говорит то, что ежемесячно его посещают более 20 тысяч человек из разных стран и регионов России.

В ряде районов Краснодарского края существуют специальные молодежные издания, телепередачи, порталы. Вот только некоторые из них: телепередачи – «В тему» (9 канал при поддержке Законодательного собрания Краснодарского края), «Alma Mater» (Кубанский государственный университет), ТВ «Дебют» (Кубанский государственный университет культуры и искусств); электронные СМИ – Кубанский молодежный портал <http://www.molod.info> (департамент молодежной политики Краснодарского края), официальный сайт департамента молодежной политики Краснодарского края <http://www.dmpkk.ru>, официальный сайт управления по делам молодежи муниципального образования г. Краснодар <http://molodej.info>, сайт молодежи города Краснодара <http://www.nextlap.ru>, молодежный портал «Склад умов» <http://www.sklad-ymov.ru> (г. Новороссийск); печатные СМИ – молодежный журнал «Регион 93» (издание департамента молодежной политики Краснодарского края), газета Сочинской городской молодежной общественной организации «Наше время», газета «Кубанский университет» и др. [6].

Однако ряд данных СМИ функционирует преимущественно при поддержке лишь организаций или учебных заведений, при которых они существуют, находясь на самоокупаемости. Поэтому требуется создание и усиление единой системы государственной поддержки в развитии краевой региональной молодежной прессы и расширение аудитории данных СМИ.

Анализ деятельности молодежных СМИ показал, что в Краснодарском крае нет крупного краевого молодежного издания, каким когда-то были газеты

«Комсомолец Кубани» или «Молодежный проспект Кубани», недостаточно средств массовой информации, работающих для молодежной аудитории. Практика подтверждает, что молодежь идентифицирует некоторые СМИ как молодежные, значит, департаменту нужно расширить работу с молодежью, используя информационное пространство края.

Одним из эффективных механизмов является местная пресса, как краевая или областная, так и городская или районная. В этой связи целесообразно издавать молодежные приложения в региональных печатных изданиях, тираж которых в районах сегодня больше, чем тираж краевых и центральных изданий.

Еще одна проблема, с которой сегодня столкнулись работодатели средств массовой информации края, нехватка квалифицированных кадров, особенно это касается региональных СМИ. При этом следует отметить, что такая тенденция наблюдается во многих странах. К примеру, в Польше современную местную прессу создают люди, которые либо не имеют профессиональной подготовки, либо получили ее во время работы в редакции. Они составляют почти 90% журналистского персонала местных редакций [7]. В современных условиях, несомненно, требуются молодые активные, энергичные, креативные корреспонденты. Поэтому нужно воспитывать свои кадры, а значит, создавать при редакциях юнкорские школы.

Проблеме воспитания молодых корреспондентов была посвящена конференция «От игры в газету и ТВ до профессионального творчества», проходившая в Краснодаре 12-13 марта 2013 года, на которой руководители юнкорских школ при редакциях печатных и электронных СМИ, гимназиях, лицеях и школах и главные редакторы районных и городских газет Краснодарского края поделились опытом создания школ юных корреспондентов.

Политика департамента печати,

телерадиовещания и средств массовых коммуникаций Краснодарского края направлена на то, чтобы во всех городских и районных газетах были молодежные страницы или вкладки, а также школы юнкоров при редакциях, тем более, что подобный опыт в крае имеется. Так, несколько газет имеют молодежные вкладки: это краевая газета «Вольная Кубань» («Я-молодой»), районные газеты «Зори» Северского района («Мы-молодые»), «Прибой» г. Геленджика («Зурбаган»), «Брюховецкие новости» Брюховецкого района («PRO МЫ»), «Сельская новь» г. Усть-Лабинска («Наша территория») и другие. Многие газеты края имеют молодежные страницы. Молодежная вкладка есть и в республиканской газете «Советская Адыгея» («Время молодых»).

Подобный опыт имеется и в Ростовской области. Новочеркасская газета «Знамя шахтера» создала молодежную газету «Классная переменка», став ее учредителем. Газета выходит раз в две недели, тираж 2400 экземпляров - для молодежной газеты провинциального города важно иметь такую молодежную газету, потому что на 16 полосах творческий коллектив рассказывает об актуальных событиях, происходящих в городе и районе. Это конкурсы, викторины, встречи с ветеранами, беседы на международные темы, рассчитанные на возрождение добрососедских отношений, любви к ближнему и т.д.

Массовость и доступность СМИ (особенно электронных) возлагает на них большую ответственность - нравственную и социальную. Для нашего российского общества необходимо, чтобы с экранов телевизоров, в радиопрограммах, различных периодических изданиях было больше «позитива» и «хороших новостей».

Теоретическая модель функционирования молодежной газеты, где структурированы процессы организационной, творческой и производственной деятельности в соответствии с анализом освещения ценностей, представляет практиче-

скую важность как для индустрии печатных и электронных молодежных СМК, так и профессионального сообщества.

Важна поддержка позитивных творческих начинаний в журналистской сфере со стороны государства. К началу XXI века воспитательная функция молодежи значительно ослабла, как в школах, вузах, так и в СМИ. В советское время много внимания уделялось патристическому воспитанию. Сегодня правительство вспомнило о молодежи, но вернуть то, что утеряно, непросто. Поэтому большие надежды возлагаются на Президента России В.В. Путина, который в своем ежегодном Послании Федеральному собранию отметил, что «мы долж-

ны действовать не путем запретов и ограничений, а укреплять прочную духовно-нравственную основу общества. Именно поэтому определяющее значение приобретают вопросы общего образования, культуры, молодежной политики. Эти сферы - это не набор услуг, а прежде всего пространство для формирования нравственного, гармоничного человека, ответственного гражданина России» [8].

Средства массовой информации являются важным звеном в воспитании молодежи, поэтому от того, каким будет дальнейший путь развития отечественных СМИ, зависит, какие ценностные ориентации будут формироваться в молодежной среде современного общества.

Примечания:

1. Кузина С.В. Роль СМИ в формировании культурных приоритетов молодежи // Власть. 2007. № 8.
2. Опрос проведен в 2012 году автором статьи путем анкетирования, респондентами выступили школьники и студенты Краснодарского края, всего 500 человек.
3. Проблемы устойчивого развития региона: информационная безопасность полиэтничного социума (на материалах Юга России): монография / под ред. В.М. Юрченко. Краснодар, 2011. С. 187-192.
4. Черняк А.В. Что несет нам глобализация и какова роль в этом СМИ // РФ сегодня. 2008. № 11.
5. Цаканян А.А. Анализ регионального рынка печатных СМИ // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп, 2013. Вып. 3. С. 194-198.
6. Касьянов В.В. Роль средств массовой коммуникации в противодействии идеологии терроризма // Политическая безопасность Юга России. Краснодар, 2010. С. 429-430.
7. Chorazki W. Badania srodowiska prasy lokalnej i sublokalnej. OBR UJ. Krakow, 2007.
8. Послание президента РФ В.В. Путина Федеральному Собранию 2013 года // Российская газета. 2013. №258.

References:

1. Kuzina S.V. The mass media role in the formation of cultural priorities of youth // Vlast. 2007. No. 8.
2. The questionnaire poll was carried out in 2012 by the author of the article. The respondents were schoolchildren and students of Krasnodar Krai (500 people).
3. Problems of the sustained development of the region: information security of polyethnic society (based on the materials of the South of Russia): a monograph / ed. by V.M. Yurchenko. Krasnodar, 2011. P. 187-192.
4. Chernyakh A.V. What globalization brings and the mass media role in it // The RF today.

2008. No. 11.

5. Tsakanyan A.A. Analysis of the regional market of print media // The Bulletin of the Adyghe State University. Series «Philology and the Arts». Maikop, 2013. Iss. 3. P. 194-198.
6. Kasyanov V.V. The role of mass media in counteraction of terrorism ideology // Political safety of the South of Russia. Krasnodar, 2010. P. 429-430.
7. Chorazki W. Badania srodowiska prasy lokalnej i sublokalnej. OBR UJ. Krakow, 2007.
8. The message of the Russian President V.V. Putin to the Federal Assembly of 2013 // Rossiiskaya gazeta. 2013. No. 258.