

Издания для молодежи в системе региональных СМИ: печатная или интернет-версия? (на примере анализа томских изданий)

Шестакова Людмила Андреевна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия

E-mail: primavera22@mail.ru

Современная молодежь в возрасте 20-25 лет - это поколение, которое выросло на книгах. Большое значение для их понимания и восприятия окружающего мира имеют и различные средства массовой информации: не только Интернет, телевидение, радио, но и периодические издания. По мнению московского исследователя М.Е. Аникиной: «Функционирование СМИ для молодежи и структура сегмента молодежной периодики должны определяться особенностями данной социальной общности, в том числе ее сложной внутренней структурой, охватывающей множество возрастных групп и субкультур. Деятельность масс-медиа должна учитывать сильную дифференциацию молодежных групп и быструю смену жизненно-возрастных циклов представителей нового поколения» [1]. Несмотря на постоянное пользование интернетом, для многих молодых людей из исследуемой нами возрастной группы по-прежнему привычнее воспринимать информацию с «печатного листа». В феврале 2015 г. было опрошено 83 студента старших курсов трех томских ВУЗов (ТГУ, ТПУ и ТУСУРа). Опрос показал, что 32,06% студентов предпочитают пользоваться бумажными носителями (книгами, изданиями), чем Интернетом, 24,71% выбирают Интернет, 42,22% и то, и другое, а 1,01% затрудняются ответить.

Почти такие же данные были получены и в ходе Инициативного всероссийского опроса ВЦИОМ, проведенного 20-21 декабря 2014 года. Опрошено 1600 человек в 132 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,5%. По данным ВЦИОМ печатную прессу чаще читают люди пенсионного возраста - 84% (против 61% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет), а онлайн-СМИ - 80% россиян в возрастной категории от 18 до 24 лет (против 29% старше 60 лет). Также, согласно данным ВЦИОМ, большинство россиян (73%) не готовы совсем отказаться от бумажных СМИ. Только 17% респондентов заявили, что смогут полностью перейти на чтение электронных версий изданий в интернете. При этом представители молодёжи выражают подобную решимость в два раза чаще, чем в среднем по выборке (36%), тогда как люди пенсионного возраста, напротив, крайне редко (4%) [2].

Помимо проблемы получения информации для современной молодежи возникает другой вопрос - что читать? Ведь самих печатных изданий для молодежи становится все меньше и меньше. И молодые люди сразу переходят на чтение «взрослых» изданий, таких как «Русский репортер», «Аргументы и факты» и др. Исходя из запросов современного рынка масс-медиа, многие молодежные издания или закрываются, или меняют формат, или уходят в интернет-пространство. Особо остро эта проблема ощущается на региональном медиарынке. Рассмотрим примеры как развивается молодежная пресса в определенном городе.

Томск, безусловно, считается молодежным, студенческим городом, но в настоящее время здесь нет ни одного печатного издания для исследуемого сегмента аудитории. Хотя буквально один-два года назад ситуация была лучше. В 2013 г. была закрыта газета «Универ Сити», рассказывающая о студенческой жизни Томска. В 2014 г. по инициативе молодых томичей (выпускников вузов) были открыты два информационно-развлекательных глянцевого журнала - «City BREEZE» и «MUST HAVE MAGAZINE». В связи с тем, что оба издания не имели собственного финансового капитала и существовали за счет рекламо-

дателей, в период кризиса им не удалось остаться на медиарынке. Проблема современного печатного издания заключается, главным образом, в финансовых ресурсах. Любые начинания сталкиваются с тем, что необходимо оплачивать труд квалифицированных фотографов, журналистов и дизайнеров, чтобы выдавать достойный контент. В противном случае наполнение получается любительским и не представляет интереса для большой аудитории. Немалых затрат требуют и полиграфические работы. От бюджета редакции зависит объем тиража, качество используемых материалов для печати, количество полос и т.д. Однако читателю, особенно молодежного возраста важно получить готовый качественный продукт и не задумываться о вышеперечисленных проблемах. Иначе он думает, что его интересы целенаправленно игнорируются журналистами и издателями.

Не лучшая ситуация складывается и с томскими интернет-изданиями. Появившись в сети, они существуют один, максимум два года. Например, в 2013 г. прекратил свое существование томский интернет-журнал «Fashion City», ориентированный на отслеживание модных и культурных тенденций. Одной из причин является то, что, несмотря на удобство в распространении (интернет-пространство идеальное место для быстрого увеличения аудитории), качество публикаций оставляет желать лучшего. Поэтому дальше заголовка или первого абзаца читать уже становится неинтересно. Свою роль может играть и объем - порой большие тексты, очень трудно воспринимать через компьютер, не удобны они и при чтении через планшеты. По крайней мере, на данный момент электронные журналы пока не приживаются среди молодежи.

Но есть и исключения. Молодежный интернет-журнал «BALANCE», вышедший в свет в конце 2014 года и неплохо заявивший о себе в интернет-сообществе, объявил о переходе на новый формат в виде газеты. Станет ли он действительно печатным, пока не известно.

Вопрос о том, какой вид изданий - «твердый» или электронный - интереснее для читателей, а какой проще для издателей, остается открытым. Все попытки открыть ту или иную версию журналов заканчиваются одинаково. Совокупность различных негативных факторов привела к тому, что молодежь Томска осталась обделенной вниманием СМИ. Вероятно, такая ситуация сложилась по многим регионам нашей страны. Ведет ли это к полному исчезновению печатных журналов и газет или они перейдут на интернет-площадку, покажет время.

Источники и литература

- 1) Аникина М. Е. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета. URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/molodezhnaja-auditorija-pechati-chtenie-v-uslovijah-razvitija-interneta.html>.
- 2) К дню российской прессы. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=115113>.