

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВПО «АмГУ»)**

Факультет Филологический

Кафедра Русского языка коммуникации и журналистики

Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Особенности освещения социальной проблематики в молодежных  
СМИ

Исполнитель студент группы 390		Е. Е. Козинцева
Руководитель к. философ. наук, доцент		Н. В. Калинина

г. Благовещенск, 2017

## РЕФЕРАТ

Работа 55 с., источников информации 31, приложений 8

### СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА, СОЦОЖУРНАЛИСТИКА, СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, МОЛОДЕЖНАЯ АУДИТОРИЯ

В данной работе мы изучали интернет журнал общероссийского интернет - журнала «Наша молодежь».

Целью работы было выявление социальных проблем в молодежных СМИ на примере интернет - журнала «Наша молодежь».

Мы рассмотрели понятия «социальная проблема» и «молодежь», изучили современное состояние молодежных изданий. Так же мы изучили структуру интернет - журнала «Наша молодежь», провели анализ тематической направленности материалов, характер публикаций и выделили социальные проблемы волнующие молодежь.

Нами были использованы методы: дедуктивное умозаключение, контент-анализ и анализ документов.

## СОДЕРЖАНИЕ:

Введение	4
1 Социальные проблемы и молодежные СМИ	
1.1 Социальная журналистика и социальная проблематика в СМИ	7
1.2 Молодежь ее информационные потребности и интересы	15
1.3 Современное состояние молодежных СМИ и их специфика	23
2 Освещение социальных проблем в интернет-журнале «Наша молодежь»	
2.1 Общая характеристика и структура интернет-журнала «Наша молодежь»	30
2.2 Анализ тематической направленности материалов в интернет - журнале «Наша молодежь»	34
Заключение	50
Библиографический список	52
ПРИЛОЖЕНИЕ А	55
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	56
ПРИЛОЖЕНИЕ В	58
ПРИЛОЖЕНИЕ Г	59
ПРИЛОЖЕНИЕ Д	61
ПРИЛОЖЕНИЕ Е	62
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж	63
ПРИЛОЖЕНИЕ З	66

## ВВЕДЕНИЕ

Одна из важнейших задач СМИ – это воспитание подрастающего поколения, включение молодого человека в общество. Молодежная пресса является особой отраслью в системе современной журналистики. Ее особенность состоит не только в том, что она ориентирована на молодежь, но и в специфической функциональной нагрузке. Поэтому к содержанию таких СМИ относиться нужно особо: оно способно существенно повлиять на настроения и судьбы целого поколения.

Нельзя также забывать и об остальных функциях молодежной прессы, которые являются общими для всех СМИ: идеологическая, социально-ориентирующая, организаторская, культурно-образовательная, рекламно-справочная и рекреативная. Выполнение этих функций молодежными изданиями, соблюдение необходимого баланса между ними – залог успешной социализации молодого читателя, его продуктивного диалога со СМИ на протяжении всей жизни.

Во многих современных исследованиях отмечается, что тенденции воздействия ряда СМИ на общественное сознание идут вразрез с традиционными ценностями общества. Благодаря СМИ изменяются социальные и морально-нравственные установки россиян, порождаются новые ценности субкультуры, внедряемые в образ мира современного общества. Особый интерес в этом плане представляют издания для молодежи, так как картина мира и система ценностей их аудитории находится в процессе формирования.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью изучения социальных проблем, которые поднимаются через молодежные СМИ.

Новизна исследования обусловлена тем, что сделана попытка проанализировать интернет-журнал «Наша молодежь» и выявить социальные проблемы, которые освещаются в журнале.

Степень научной разработанности темы: Основными источниками, раскрывающими теоретические основы социализации молодежи, явились работы В.Т. Лисовского, И.В. Кулагиной, П. Бергера и Т. Лукмана, а так же М.А. Зейтунына. В данных источниках подробно изложено понятие молодежи, ее особенности и возрастные рамки.

Рассматривая молодежный журнал, как тип издания, мы опирались на работы И.В. Жилавской и К.А. Сандаловой. Так же, И.В. Жилавская внесла существенный вклад в изучение медиаобразования.

Понятию и сущности медиаобраза посвящены труды Т.Г. Добросклонской и И.В. Бестужева-Лада.

В нашей бакалаврской работе мы использовали методы: дедуктивное умозаключение, контент-анализ и анализ документов.

Объектом бакалаврской работы является социальные проблемы, освещаемые СМИ.

Предмет исследования – социальные проблемы молодого человека в интернет - журнале «Наша молодежь».

Эмпирическая база. В нашей бакалаврской мы использовали материалы интернет - журнала «Наша молодежь» с марта 2014 по февраль 2015 года. Всего было проанализировано 2071 материал.

Цель: Выявление социальных проблем в интернет - журнала «Наша молодежь».

Чтобы достигнуть данной цели необходимо решить определенные задачи:

- 1 Рассмотреть понятия «социальная журналистика» и «социальная проблематика в СМИ»
- 2 Рассмотреть современное состояние молодежных СМИ и их специфику
- 3 Проанализировать тематическую направленность материалов, выявить социальные проблемы

Наша бакалаврская работа состоит из следующих частей: введения, основной части, заключения, библиографического списка и приложений.

Первая глава посвящена понятиям «социальная проблема», «социальная журналистика» и «молодежь» определению их целей, задач и функций. Во второй главе мы обращаемся к истории и характеристике интернет - журнала «Наша Молодежь» и его структурному анализу. Анализу публикаций на выявление тем социальной проблематики.

# 1 СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ

## 1.1 Социальная журналистика и социальная проблематика в СМИ

«Социальная журналистика», понятие, которое среди теоретиков масс-медиа вызывает неоднозначное толкование, и связано это с многозначностью самих понятий «социальное» и «журналистика», традицией использования этих определений в отечественной журналистике. Для того, чтобы понять, что такое «социальная журналистика» мы должны дать определения таким понятиям, как «социальное», «социальная проблема» и «социожурналистика».

Термин «социальное» произошел от латинского слова *socialis* - совместный, товарищеский, общностный, общественный. Первоначально этот термин возник для обозначения принципиально новых явлений, которые были присущи только человеку и возникали в объединениях людей. Это был качественно новый тип связи, который обуславливали не инстинкты, а необходимость совместной деятельности для обеспечения средств к жизни. Условия жизни людей побуждали индивидов к объединению друг с другом в коллективном труде по производству всего того, что являлось необходимым для удовлетворения жизненных потребностей, тем самым порождалась социальная связь во всех ее многообразных формах. Социальная связь - первое и самое главное условие существования общественной жизни, так как без нее невозможно было самосохранение и выживание человека.

Социальное - это совокупность свойств и особенностей (общественных отношений) социальных общностей (классов, групп людей) в процессе их совместной деятельности в конкретных условиях, проявляющихся в их отношениях друг к другу, к своему положению в обществе, к явлениям и процессам общественной жизни.<sup>1</sup> Социальное явление или процесс возникают тогда, когда поведение даже одного индивида оказывается под воздействием другого индивида или социальной группы. Именно в процессе

---

<sup>1</sup> Политическая социология: учеб. пособие. - Изд. 3-е, доп. и перераб. - Ростов н/Д: Феникс, 2007, С.27

взаимодействия друг с другом люди оказывают воздействие друг на друга и тем самым способствуют тому, что каждый из них становится носителем и выразителем каких-либо социальных качеств.

Социальное служит для выявления и отражения:

Во-первых, сущности общественной жизни людей (теоретические и прикладные проблемы взаимодействия природы и общества).

Во-вторых, специфики высшей (социальной) формы движения материи, отличия общества от объединений животных (надбиологический характер социальных организмов и законов их развития).

В-третьих, противоречивого единства человека как общественного существа и вместе с тем биологического организма (соотношение биологического и социального).

В-четвертых, структуры общественных систем с точки зрения оптимизации их функционирования и развития (место социальной сферы общества, взаимообусловленность социальных и экономических, культурных, национальных и других процессов и явлений).

Социальную проблему Ю. С. Корконосенко определяет в двух значениях – 1. Объективно возникающее в процессе функционирования и развития общества противоречие и 2. Комплекс вопросов, требующих решения средствами социального управления.<sup>2</sup>

Основное требование к концептуальности социальной проблематики – это полнота информации об обществе - до сих пор остается нереализованным, по мнению авторитетных специалистов: «Есть привычка искать новости в структурах власти, в учреждениях, у «компетентных» лиц. Живая жизнь пресс-служб часто остается вне профессионального внимания журналистов. Если мы хотим иметь эффективную социальную журналистику, от этой традиции придется отказываться».<sup>3</sup> Обычно выделяют

---

<sup>2</sup> Корконосенко Ю.С. Прикладная социология, Ростов-на-Дону, “Феникс”, 2001, С.136

<sup>3</sup> Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. М., 2003., С.82

три типа источников информации: документ, человек и предметно-вещественная среда.

Так как мы дали определения понятиям «социальное» и «социальная проблема», нужно сказать, что такое «социожурналистика».

Социожурналистика определяется как: научная дисциплина, исследующая проблемы, связанные с социальной природой журналистики, с их общественными функциями и воздействием социально-психологических факторов на журналиста; уровень квалификации сотрудников СМИ, который характеризуется высокой социологической культурой мышления, поиска, сбора и интерпретации информации, а также социальной ответственности за последствия своей деятельности, деятельность, предметом которой являются социальные проблемы и болезни общества: положение в обществе различных потенциально уязвимых социальных групп (пенсионеров, сирот, многодетных семей, переселенцев и других), соблюдение прав человека, благосостояние граждан, качество медицинского обслуживания и образования, ухудшение экологической обстановки и т.д.<sup>4</sup>

Социожурналистика – это уровень квалификации сотрудников СМИ, характеризуемый высокой социологической культурой мышления, поиска, сбора и интерпретации информации, а также социальной ответственности за последствия своей деятельности. Квалификация находит выражение в продукции СМИ и отдельного журналиста, то это понятие применимо и для определения качественного уровня прессы – ее организации, стратегии и тактики действий, текстов, общения с аудиторией. Мы можем также говорить о социожурналистской теории и социожурналистском образовании, как о факторах, формирующих и регулирующих искомое качество труда.<sup>5</sup>

Социожурналистика не должна рассматриваться изолированно от общего контекста деятельности СМИ – только внутри него. Она представляет

---

<sup>4</sup> Дзялошинский И.М. Какая журналистика может считаться социальной?// НКО и СМИ: мостик через пропасть. М., АСИ, 2002.,С.11

<sup>5</sup>Теоретико-методологические основы социологии журналистики. Глава 3. Социожурналистика: понятие, структура, практика (С.Г. Корконосенко). Электронный ресурс [URL]: [http://evartist.narod.ru/text9/51.htm#з\\_03](http://evartist.narod.ru/text9/51.htm#з_03).

собой одну из ветвей развития безмерно разнообразной творческой деятельности, но, несомненно, эта ветвь располагается на самой верхушке «дерева» журналистской квалификации. Ставка традиционной прессы на интуитивно-опытную методологию труда таит в себе опасность субъективистского освещения событий и проблем, а значит – нарастания общественного недовольства СМИ.

Социожурналистика – многосоставное, комплексное образование, имеющее собственную структуру. Она включает в себя и научно-теоретические, и мировоззренческие, и технико-методические компоненты.

Потребность придать журналистике новый смысл и практический взгляд на журналистику, которая служит обществу привели к переосмыслению многих понятий. Так заявила о себе «социальная журналистика». Для начала дадим определение социальной журналистике, которые дают исследователи, считающие нужным отдельно выделить журналистику социальную.

Социальная журналистика - направление в журналистике, которое занимается освещением социальных проблем и вопросов общества - проблем, связанных с противоречиями внутри общества (система «человек - общество»); это вопросы здравоохранения, образования, обеспечения работой, проблемы антиглобализма и другие.<sup>6</sup> Делая вывод из сказанного, можно определить социальную журналистику как систему жанров, методов и стилистических приемов, связанных с освещением тем, касающихся жизни человека в обществе (социуме), осуществления его прав и обязанностей.

Социальная журналистика — это вид журналистики, объектом которого являются конкретные люди, их группы и общество в целом, а также их взаимодействие. Целью социальной журналистики является поддержание стабильности в обществе. Именно это направление социальной

---

<sup>6</sup>Рейтер С. Беседа о социальной журналистике / С. Рейтер, А. Лошак. Электронный ресурс [URL]: <http://russ.ru/pole/Beseda-o-social-noj-zhurnalistike>

журналистики занимается освещением социальных проблем, то есть тех, которые связаны с противоречиями внутри общества.

Социальная журналистика отображает действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях, дает возможность обменяться мнениями по различным поводам, особым образом участвует в регулировании отношений между людьми и социальными общностями, стремясь позитивно повлиять как на сами эти отношения, так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни.

Социальная журналистика ориентируется не только на информирование, выражение собственного мнения и описания конкретного факта действительности, но и на непосредственное вмешательство в реальную жизнь. Этим, по мнению многих теоретиков и практиков, социальная журналистика и отличается от других «журналистик».<sup>7</sup>

Но есть и те, кто не выделяет социальную журналистику в отдельное направление. Г.Макашина в своей работе «Социальная журналистика как новый тип журналисткой деятельности» приводит такое мнение: «под категорию "социальная журналистика" можно подвести практически все. Выходит, что любая журналистика социальна, если она помогает человеку осуществлять выбор своего жизненного проекта, ведь журналистика как сфера социальной деятельности формирует основы цивилизованного общества, способствует решению социальных проблем, помогает людям принимать решения на основе достоверной оперативной информации. СМИ обеспечивают население информацией о наиболее важных для граждан событиях, участвуют в выражении и формировании общественного мнения о тех или иных политических институтах, об экономической, политической, культурной и других сферах жизни общества. СМИ реализуют образовательную функцию, которая, в свою очередь, связана с функцией

---

<sup>7</sup> Научная электронная библиотека. Электронный ресурс  
[URL]: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/1044/1/1966>

социализации и, по существу, переходит в нее. СМИ в правовом гражданском обществе осуществляют, опираясь на общественное мнение и на закон, функцию критики и контроля. Именно СМИ выступают в гражданском обществе инструментом диалога между различными социальными группами».<sup>8</sup>

Такое мнение, действительно, имеет право на существование. Об этом говорит и С.Г.Корконосенко, предлагая рассматривать журналистский текст и социальную действительность во взаимодействии, «при этом под социальной действительностью понимается все межличностное, т.е. связанное с совместной жизнью людей, формами их общения, что реально существует и развивается, несет собственную сущность и закономерность в самом себе, а также содержит в себе результаты своего собственного действия и развития».<sup>9</sup>

Предмет и задачи социальной журналистики. Предмет социальной журналистики - это пространство человека во всем многообразии его отношений: с другими людьми, с социальными институтами, с самим собой.<sup>10</sup> К предметам социальной журналистики можно отнести информацию о состоянии всего общества или отдельных его групп (национальных, возрастных, профессиональных и так далее) о взаимодействии различных общностей людей, об изменениях в этих взаимодействиях, а также отдельную человеческую личность и ее проблемы.

Т. И. Фролова - один из ведущих теоретиков в области социальной журналистики, определяя предмет и границы социальной журналистики, отмечает, что полноценная социальная журналистика включает различные аспекты профессиональной журналистской деятельности:

- отражение в прессе проблем социальной сферы в ее связях с другими сферами общественной жизни;

---

<sup>8</sup>Макашина Г. Социальная журналистика как новый тип журналистской деятельности / Г. Макашина // Методические рекомендации по преподаванию спецкурса «Социальная журналистика». Электронный ресурс [URL]: <http://www.infohome-altai.ru/node/436>

<sup>9</sup>Корконосенко Ю.С. Прикладная социология, Ростов-на-Дону, «Феникс», 2001, С.130

<sup>10</sup>Шайхитдинова С.К. Социальная журналистика / С.К. Шайхитдинова, П.В. Баутина // Региональные СМИ : проблематика, тенденции развития. – Казань : Казан. ун-т, 2011. – С. 159.

- анализ любой информации с позиций интересов человеческой личности, не противоречащих развитию всего общества;
- использование особых источников, методов, технологий, формирующих творческое своеобразие социальной журналистики;
- вовлечение в информационный обмен самих граждан, создание их собственных информационных ресурсов;
- инициирование социальных проектов и акций, непосредственно направленных на решение острых проблемных ситуаций, прямое участие в них.<sup>11</sup>

Главная задача социальной журналистики - поддержание стабильности и устойчивости социальных отношений.

В определении функций данного вида журналистики у исследователей нет единого мнения, однако, все они признают, что функции и задачи социальной журналистики многообразны. Т.И. Фролова в своей работе «Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге» выделяет некоторые из них:

- оказать помощь одному человеку в конкретной ситуации, рассказать о прецеденте решения проблемы и стремиться к выработке алгоритма решения той или иной проблемы;
- открывать новые темы и проблемы для обсуждения, отслеживать изменения, давать им оценку, осваивать новые жизненные реалии, помогать жить в меняющемся мире и ориентироваться в нем, стимулировать творческую жизненную активность и в особенности индивидуальную инициативу;
- создавать возможность для выражения новых взглядов и оценок в рамках традиционных ситуаций, не позволять замалчивать или не обращать внимание трудным ситуациям, объяснять суть изменений;
- давать полную информацию о состоянии социальной сферы, вырабатывать общую позицию по назревшим проблемам, подвергать общественной

---

<sup>11</sup>Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. М., 2003.,С. 76

экспертизе все законопроекты и решения с точки зрения их социальных последствий;

- поддерживать равновесие интересов, представляя и обосновывая позиции различных социальных групп и т.д.<sup>12</sup>

Специалисты советуют в социальной журналистике, как и в других ее видах, использовать максимально возможное количество источников при подготовке материалов, например: общественные организации; специалисты в разных областях знаний; силовые структуры; документы, архивы; друзья, соседи, родственники.<sup>13</sup>

Наряду с функциями и задачами выделяется так же роль автора в социальной журналистике. Существует две точки зрения на функцию журналиста-автора:

1. автор социально-журналистского материала должен только указать на проблему, представить различные взгляды на нее, осветить происходящее с максимально возможной объективностью;

2. автор должен не только описать проблему, но и попытаться найти из нее выход.<sup>14</sup>

Являясь важнейшим объектом журналистской деятельности, социальная сфера с присущими ей характеристиками относительной самостоятельностью, целостностью, функциональностью, инерционностью и персонифицированностью формирует определенные условия и подходы к освещению социальной направленности в масс-медиа.<sup>15</sup> Журналисты, работающие в сфере социальной журналистики, не просто констатируют факты и события, а дают полноценный анализ и предлагают пути решения социальной проблемы.

---

<sup>12</sup>Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. М., 2003., С. 76

<sup>13</sup>Социальная информация в российских периодических изданиях// Информационно-аналитический бюллетень АСИ. Электронный ресурс [URL]: <http://mic.org.ru/6-nomer-2013/218>.

<sup>14</sup>Чернега О.П. Социальная журналистика: становление типологии// Журналистика в 2002 году: СМИ и реалии нового века. М., 2003., С.22

<sup>15</sup>Плутник А. Служители культа безличностей / А. // Журналистика и медиарынок. Электронный ресурс [URL]: [http://jourmedia.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=104:2010-01-02-16-36-25&catid=34:diskuss&Itemid=34](http://jourmedia.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=104:2010-01-02-16-36-25&catid=34:diskuss&Itemid=34)

Для того, чтобы событие могло стать новостью для всех, фактом, достойным внимания журналиста, оно должно содержать определенную конфликтность и эффект "эмоционального толчка", быть в тесной связи с так называемыми "общечеловеческими" темами, всегда цепляющими внимание.

С постановки задачи начинается творческий процесс: определение темы. Причем, чем больший запас ассоциативных связей заложен в памяти журналиста, тем ярче, интереснее, богаче станет палитра тем, предложенных ему самим обществом. Главное правило, которое следует помнить и исполнять, гласит: журналист всегда и во всем ищет первопричину.

Анализируя журналистские труды в сфере социальной журналистики, В. И. Мусяченко выделяет следующие наиболее актуальные темы в современной действительности: формы самоорганизации граждан для решения своих проблем; механизмы взаимодействия некоммерческих организаций с властью и бизнесом в социальной сфере; потенциал общественных организаций в разных сферах социальной жизни; проблемы незащищенных слоев населения; проблемы молодежи; экологическая и природоохранная деятельности; пропаганда здорового образа жизни; темы нравственного воспитания и экологии личности; социально-трудовые отношения и экономическая политика.<sup>16</sup>

Таким образом, современные СМИ, имеющие большой охват аудитории, способны предоставлять обществу достаточно информации, которая поможет сориентироваться в новой реальности. Трактовка в СМИ проблем социальной сферы может оказывать серьезное воздействие на отношение общества к этим проблемам.

## 1.2 Молодежь ее информационные потребности и интересы

Одна из важнейших задач СМИ – это воспитание подрастающего поколения, включение молодого человека в общество. Молодежная пресса является особой отраслью в системе современной журналистики. Ее

---

<sup>16</sup>Мусяченко, В. И. СМИ как институт социального управления [Текст] / В. И. Мусяченко // Сборник научных статей преподавателей Курского ин-та гос. и муниципальной службы. - 2004. - С. 164-168.

особенность состоит не только в том, что она ориентирована на молодежь, но и в специфической функциональной нагрузке. Поэтому к содержанию таких СМИ относиться нужно особо: оно способно существенно повлиять на настроения и судьбы целого поколения.

Молодёжь — это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности к социальной ответственности. Некоторыми учёными молодёжь понимается как совокупность молодых людей, которым общество предоставляет возможность социального становления, обеспечивая их льготами, но ограничивая в возможности активного участия определённых сферах жизни социума. Возрастные рамки, позволяющие относить людей к молодежи, различаются в зависимости от конкретной страны.

В 1968 году социолог В. Т. Лисовский дал одно из первых определений понятия "молодёжь: Молодёжь — поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции.<sup>17</sup>

В «Кратком словаре по социологии» И. С. Кона было дано более детализированное определение: Молодёжь — социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств. Именно это определение впоследствии стало основным в отечественной социологии молодёжи.<sup>18</sup>

Возрастные рамки, позволяющие относить людей к молодёжи, различаются в зависимости от конкретной страны. Как правило, низшая возрастная граница молодёжи — 13—15 лет, средняя — 16—24, высшая — 25—36 лет.

---

<sup>17</sup>Социология молодёжи. Под ред. В. Т. Лисовского. СПб.: Изд-во СПбГУ. 1996., С. 103

<sup>18</sup>Кон И. С. Социология молодёжи. В кн.: Краткий словарь по социологии М., 1988г., С. 93

Считается, что началом молодости (концом детства) является момент, когда в организме человека завершаются физиологические и психические процессы, связанные с половой зрелостью; а концом молодости – момент, когда молодой человек полностью вступает в положение взрослого.

Как особый социальный феномен молодежный возраст имеет свои определенные характеристики. Функционально молодежный возраст представляет собой состояние в системе общества, являясь «фазой поведения человека», когда человек больше не играет роли ребенка, но и не исполняет роли взрослого человека.

В своем содержательном определении – это процесс освоения социального пространства и ролевого репертуара, определение себя, собственной самоорганизации, которая происходит в постоянно расширяющихся контактах молодого человека с окружающими.

Молодость как определённая фаза, этап жизненного цикла биологически универсальна, но её конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации.

Современная молодежь получает картину мира из СМИ, продуктов массовой культуры и своего жизненного опыта.

СМИ – это источник сведений, ориентирующий индивида в обществе. Средства массовой информации служат активным передатчиком социального опыта, поэтому ее деятельность в процессе социализации очень важна.

Социализация происходит на протяжении всей жизни человека, однако на начальных этапах формирования личности ее значение первостепенно, именно в детстве, юности и молодости закладывается основной потенциал личности, влияющий на все ее дальнейшее существование.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Зейтунян Марина Александровна. Проблема социализации молодежи в информационном обществе: теоретическое осмысление. Вестник Адыгейского Государственного Университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. Электронный ресурс [URL]: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-sotsializatsii-molodezhi-v-informatsionnom-obschestve-teoreticheskoe-osmyslenie>

Занимая доминирующие позиции в современном социокультурном пространстве, масс-медиа берут на себя функции институтов социализации, в чем выступают серьезными конкурентами основным институтам социализации – семье и образованию. Особую актуальность данная проблема приобретает в отношении такой социально-демографической группы, как молодежь. Социализация — стихийный и непрерывный процесс, который длится на протяжении всей жизни человека, но самой активной стадией формирования личности является детство и юность, когда закладываются ценностные ориентации, усваиваются основные социальные нормы, формируется мотивация социального поведения. Это послужило отправной точкой нашего исследования.

Современные информационные технологии, распространяясь во все сферы жизнедеятельности общества, оказывают влияние на поведение молодого поколения. Исходя из этого, социальное развитие молодежи во многом определяется содержанием информационного пространства: нормами и ценностями, которые оно продуцирует, и спецификой их трансляции. Благодаря социальным моделям, представляемых масс-медиа, складывается мировоззрение и мироощущение молодежи, основные ценностные ориентиры, формируются определенные жизненные стратегии молодых людей, поведенческие установки.

Согласно распространенной точке зрения, средства массовой информации представляют собой сложную институциональную систему, состоящую из нескольких отдельных подсистем. СМИ одновременно являются и каналом выражения общественного мнения, и системой его формирования в аудитории.<sup>20</sup>

Информационные потребности и тематические интересы молодежной аудитории

---

<sup>20</sup>Михелин А.В., Шарков Ф.И. Социологический мониторинг средств массовой информации и электорального поведения. М., 2003., С. 13

В спектре человеческих потребностей существует потребность в информации. Потребность в информации выражает общественную необходимость в информационном обеспечении практически всех видов человеческой деятельности и предопределяет включение личности в существующую в обществе систему социальной информации. Потребность в информации охватывает все другие человеческие потребности, обслуживает их, но в то же время носит самостоятельный характер, выражая творческую сущность человеческого сознания. Ведь информация обеспечивает процесс мышления, который имеет своей основной функцией опережение, предвосхищение, активное отношение к извне поступающим данным.

Жизненные интересы и информационные интересы реализуются в разных системах социальной информации. Можно сказать, что любая информация апеллирует к жизненным интересам человека, обслуживает выполнение ею разных социальных ролей. Особенности массовой информации состоят в том, что, рассчитанная на обслуживание системы основных ролей, выполняемых личностью, она, во-первых, обслуживает их в целом, во-вторых, направлена на вывод индивида за пределы повседневно выполняемых ролей, на расширение «жизненного пространства» людей, обогащение их социальных контактов. Особенно важными становятся такие черты массовой информации, как ее привлекательность, новизна и доступность.

Информационные потребности нужно рассматривать как потребности в сообщениях определенного содержания и формы, которые необходимы людям для ориентации в окружающей действительности, уточнения сложившейся у них картины мира, для выбора линии поведения и решения проблемных ситуаций. Степень развития информационных потребностей и их удовлетворения тесно связана с социальной активностью человека. Это еще раз подтверждает важность включения в число критериев эффективности СМИ их роль в удовлетворении и развитии информационных потребностей населения.

Важно различать понятия информационные потребности и тематические интересы аудитории. Потребности в информации социальны по своей природе и обуславливаются в первую очередь содержанием, структурой повседневной деятельности индивида, в том числе объективными характеристиками его профессиональной и общественной деятельности. Тематические же интересы являются субъективным отражением и выражением информационных потребностей. Они зависят от содержания предлагаемой информации и от ситуативных социально-психологических факторов (популярность, злободневность, престижность определенных тем, лиц, явлений).

В современном обществе информация оказывает огромное влияние на социальные, экономические, культурные процессы, особенно это сказывается на молодежи, как на наиболее восприимчивой и наименее социально устойчивой группе населения, которая, вместе с тем, оказывает заметное влияние на качественное изменение структуры общества.

Информационная ситуация определяется противоречивым единством “информационного взрыва” и “информационного голода”. Эта проблема возникла под влиянием многих факторов, среди которых наиболее значимыми для формирования информационных потребностей молодежи оказались: противоречие между ограниченными возможностями человека по восприятию и переработке информации и существующими мощными потоками и массивами хранящейся информации; перепроизводство избыточной информации, которая затрудняет поиск ценной информации.

Сегодня молодежная аудитория находится в роли своеобразного индикатора, по которому можно оценивать нравственное, психологическое и социальное здоровье общества. С одной стороны, проблема насилия, которой обеспокоено общество, рост немотивированной агрессии, разрушение традиционных общечеловеческих ценностей, отсутствие у молодежи нравственных ориентиров, духовных лидеров. Все это во многом обусловлено состоянием медиасреды. С другой стороны, та же среда

порождает новое медиаповедение молодежной аудитории, когда она, используя современные технологии, проявляет высокие коммуникативные способности, интеллект, креатив.

Медиасреда — это то, что нас окружает повседневно. Это совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество средств массовой коммуникации связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведение людей. Словом, влияет на социализацию личности.<sup>21</sup>

Медиа – это бизнес, главная цель которого извлечение прибыли. На пути к достижению этой цели используются все средства, позволяющие привлечь массовую аудиторию. В этом смысле чрезвычайно важным представляется понимание того, каким образом производители информации посредством медиатехнологий, содержания, редакционной политики пытаются завоевать молодежь, и чем молодежная аудитория отвечает на эти воздействия.

Обращаясь к данным исследования «Влияние СМИ на молодежь» проведенного в 2009 году по тематике наибольший интерес у молодежной аудитории в целом вызывают материалы на темы отдыха, досуга, развлечений (58,7%), чуть меньше – спорт, 52,8% молодежи интересуют собственные молодежные проблемы. Высокий процент (50,5%) имеют криминал и катастрофы. 39,5% молодежи в СМИ интересны материалы на тему образования и науки, 33,5% – мир моды, стиля, косметики, 31% – политики. 23,8% молодежи в целом отметили как интересную тематику эротику, интимные отношения. Замыкают рейтинг пристрастий молодежи экономика и финансы (22,0%), семья и семейные взаимоотношения (21,6%) и, наконец, религия и верования (11,9%).<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup>Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический Проект, 2005. С.49

<sup>22</sup>Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. С. 89-90

Главным источником для получения информации является интернет. Предметом данного исследования являются статистические данные развития интернета в России и проникновения его в регионы по данным Яндекс.

Фонд «Общественное мнение» (ФОМ) провел опрос согласно которому, осенью 2015 года интернетом в России хотя бы раз в месяц пользовались 78 млн человек старше 18 лет. Проникновение, то есть доля пользователей интернета среди населения этого возраста — 67%. Почти такое же проникновение — 68% — показано в исследовании Web Index группы TNS, в котором учтены пользователи старше 12 лет. Оба этих источника не учитывают пользователей из Крыма.

Таким образом из данного исследования мы можем сделать вывод, что на конец 2015 года в России как минимум 83 млн человек старше 12 лет каждый месяц пользовались интернетом. Их вдвое больше, чем тех, кто выходит в сеть реже или не выходит вообще. В 2015 году аудитория интернета в городах-миллионниках почти перестала увеличиваться. Резерв для дальнейшего роста в крупных городах — только люди старше 45 лет. В городах с населением меньше 500 тыс. и сёлах число пользователей продолжает расти, и там ещё есть несколько миллионов людей молодого и среднего возраста, которые пока не пользуются интернетом.

За неделю в среднем с одного устройства просматривается примерно 13 разных сайтов на смартфоне и 27 на десктопе. Однако интересы пользователей в целом гораздо шире — в сумме люди из одного города в течение недели заходят на страницы тысяч разных сайтов.

Тематический диапазон зависит от направления издания и конечно же, молодое поколение чаще всего может найти то, что им интересно именно в молодежных изданиях.

Информация – одно из основных условий самореализации молодежи в различных ситуациях. Несмотря на то, что мы живем в век информации и огромное количество информации является полезной, специальная информация для молодежи и о молодежи становится необходимой в сложном

и динамично развивающемся обществе, которое предлагает большой выбор возможностей, в том числе получения информации из различных источников, различной по содержанию.<sup>23</sup>

### 1.3 Современное состояние молодежных СМИ и их специфика

Зачастую СМИ, становясь для молодёжи чуть ли не единственным источником жизненного опыта, недостаточного в силу возраста. Они являются также своеобразным инструментом механизма культурного наследования.

По целевому назначению среди изданий для молодежи выделяется несколько основных групп:

1 Общественно-политические. Они освещающие новости молодежных организаций, вопросы молодежной политики, выборов, профориентации молодежи.

2 Научно-популярные и информационно-публицистические, цель которых – популяризировать науку, технику, искусство, расширять кругозор, сообщать об окружающем мире, влиять на сознательный выбор средств решения социальных, производственных и других проблем.

3 Религиозные - издания, способствующие духовному просвещению молодежи, содержащие вероучительные материалы, беседы на религиозно-нравственные темы.

4 Развлекательные - самая большая группа изданий, среди которых можно выделить развлекательно-познавательные и предназначенные только для развлечения, как правило, малоинформативные, насыщенные иллюстрациями и рекламой.

Развлекательных изданий больше по количеству, но несмотря на это, по тематике затрагиваемых вопросов и разнообразию подачи материала они уступают развлекательно-познавательным.

---

<sup>23</sup> Савич Л.Е., Калегина О.А. Изучение информационных потребностей молодежной среды региона. Электронный ресурс [URL]:[http://libconf.narod.ru/2000/3s/3s\\_p9.htm](http://libconf.narod.ru/2000/3s/3s_p9.htm)

Существует также небольшая группа местных или региональных изданий, которая по своему целевому назначению больше тяготеет к художественным изданиям, участвует в эстетическом воспитании (например, краевые, городские, областные или районные газеты).

Но вопреки всем проблемам и трудностям, бесспорен тот факт, что в последние десятилетия сегмент молодёжной прессы пережил бурное развитие. Современный рынок предлагает молодёжи 15–24 лет большое количество разнообразных изданий. Среди них — пишущие о моде и стиле жизни журнал «JALOUSE» для молодежи 16-30 лет: девушек 58% и юношей 42%, жителей мегаполисов, студентов и выпускников лучших вузов страны, молодых специалистов и людей творческих профессий. (2001, ИД «Адверсус»). Другие делают акцент на студенческих буднях — «Студенческий меридиан» (1924) и «STUDENTOZ» (2001, РБОФ «Дети Отечества»), который выпускается каждый месяц. Часть изданий пытается осветить «все» вопросы — экономику, культуру, образование, спорт и др. («Молодая гвардия»; «АиФ. Твой курс», 2003, ИД «Аргументы и факты»).

Выходит периодика, чётко сегментирующая свою аудиторию по разным признакам. Есть журналы для юношей и молодых мужчин, например — «Хулиган» (2002, ЗАО «Game land»). Группа изданий рассказывает о профессиях, карьере — здесь, в частности, можно назвать журнал «Гид молодого специалиста» (2002).

Молодёжные СМИ можно разделить на группы по ряду типифицирующих признаков. Среди них выделяют: технологические (формат, тираж, объем, периодичность); экономические; аудиторные; редакционные; организационные; информационные (по типу и характеру публикуемой информации); функциональные.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup>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. С.236 . ISBN 978-5-7567-0432-7. С 113-114

Существует также ряд типологических признаков, по которым исследуют молодёжную прессу: периодичность, тираж, формат, объем изданий.<sup>25</sup>

Обычной для молодёжных СМИ стала ежемесячная периодичность (журналы «JALOUSE», «Хакер»). Снижение платёжеспособного спроса аудитории и финансовые трудности самих издателей обуславливают появление на рынке журналов, выходящих реже одного раза в месяц («JALOUSE», «DJ Культура»).

В России нет ежедневных молодёжных СМИ. Этот факт можно отчасти объяснить социально-экономическим состоянием её общества. Зато в сегменте молодёжной прессы существуют еженедельные и журналы, выходящие два раза в месяц.

Примечательно, что издания по вопросам трудоустройства, учёбы и карьеры, потребность в которых велика и не подлежит сомнению, представлены ежемесячными журналами («Иностранные языки и учёба за рубежом», «Гид молодого специалиста»), в то время как музыкально-развлекательные, о шоу-бизнесе («Все звезды», «НЕОН» и др.) выходят чаще — раз в две недели. В данном случае можно говорить о недостаточной сбалансированности рынка молодёжной периодики и несоответствии предложения реальным потребностям аудитории.

Тиражный аспект сегодня нужно принимать во внимание с определёнными оговорками. Часто в погоне за выгодными рекламодателями издатели указывают тираж, существенно превышающий реальный. Тенденция неуклонного снижения тиражей на фоне роста общего числа изданий, присущая всему рынку российских СМИ, наблюдается и на рынке молодёжных изданий.

Большое внимание привлекает к себе огромное количество иллюстративного материала во многих изданиях. Это естественным образом

---

<sup>25</sup>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. С. 236. ISBN 978-5-7567-0432-7, С. 115

привлекает потенциальных читателей, делает материалы более доходчивыми и ясными, а газеты и журналы — яркими и запоминающимися. Однако полиграфическое исполнение молодёжной периодики различно. Так, самодеятельные СМИ имеют невысокое качество, а традиционные редакции предлагают читателям красочно оформленную периодику.<sup>26</sup>

Большой популярностью пользуются интернет-версии журналов таких как: «Наша молодежь», «Ellegirl», «Cosmopolitan» и другие.

«Гид по стилю и бьюти-новинкам, новости звезд, самые актуальные мировые события и «разговоры» на темы, которые волнуют молодых девушек. А также опросы, гороскопы, занимательные и полезные тесты, «битвы», форум и ElleGirl TV с эксклюзивным видео от журнала». - так заявляет о себе журнал «Ellegirl».

Интернет-журнал «Наша молодежь» – социальный проект, предназначенный для диалога и совместного взаимодействия молодёжи, власти, бизнеса и социума. Входит в состав медиахолдинга «Наша Молодёжь».

Журнал [www.nasha-molodezh.ru](http://www.nasha-molodezh.ru) состоит из агрегированных новостей от партнеров (СМИ, организаций, объединений, вузов и проч.), а также собственных текстов журналистов.

Публикуется информация о возможностях молодежи, самореализации в своей стране, об интересных людях, проекта; о важных событиях, происходящих в государственной молодежной политике и в общественной молодежной политике.

Не стоит так же забывать и социальных сетях.

Количество регистраций в социальных сетях с каждым годом растет в геометрической прогрессии. Подрастающее поколение с легкостью восприняло весь многосторонний сетевой мир с его неоднозначными

---

<sup>26</sup>Аникина М.Е. Молодежные издания // Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / М.Е. Аники- на, В.В. Баранов, О.А. Воронова и др.; Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. С. 118

последствиями для системы собственных норм, ценностей и установок поведения.

На примере исследования проведенного в 2016 году можно увидеть аудиторию социальных сетей в России, на период «зима 2015-2016». В исследовании представлены данные по аудитории, возрасту, полу и региональному распределению авторов соцсетей России.

Основным показателем «жизненной активности» социальной сети является число «говорящих» пользователей, открыто выражающих свою позицию публичными сообщениями в социальных медиа. Таких активных авторов в декабре 2015 года в России было около 37 млн. человек, они сгенерировали 588 млн. сообщений за месяц. Активные авторы, создающие публичный контент, делают социальные сети актуальным индикатором общественных настроений, позволяя уловить «живые» общественные проблемы самом начале формирования значимых трендов.

По количеству «пишущих» российских авторов лидирует ВКонтакте – 18,8 млн. уникальных авторов. У следующего на втором месте Instagram – невероятные темпы роста, в декабре в этой сети зафиксировано 10,6 млн. авторов, практически в 5 раз больше, чем весной 2015г. Третье место – Twitter – число активных авторов здесь продолжает снижаться, в декабре зафиксировано чуть более 1 млн. чел.

По данным TNS, ежемесячная аудитория большинства социальных сетей несколько снизилась, но есть и источники, показавшие рост. Так, аудитория ВКонтакте остановилась на 46,6 млн. человек, второе место – у Одноклассников (31,5 млн. человек). Аудитория Facebook в декабре 2015г составила 21,7 млн. чел., близко далее расположился Мой Мир – 16,6 млн. чел и Живой Журнал, с аудиторией 15,2 млн. чел. Аудитория Instagram к декабрю 2015г увеличилась на 2 млн и составила 12,3 млн. чел. Аудитория Twitter осталась практически без изменений и равна 7,7 млн. чел.

Что касается возрастной структуры авторов ВКонтакте, можно отметить рост числа авторов 25-34 лет, их доля составила 32,1%, чуть выше

доля авторов в возрасте 18-24 лет – 32,3%, авторов моложе 18 лет – 24%, старше 35 лет всего 11,6% активных авторов.

В Фейсбуке доля пишущих авторов в общей аудитории продолжает расти: в ноябре 2015г ежемесячная аудитория сети составила 21,7 млн человек, из них публикационную активность проявили – 1,5 млн человек.

В возрастной структуре Facebook по-прежнему лидируют категории от 25 до 34 лет и 35-44 лет — их доля составила 35,3% и 32,6% соответственно. 6,1% авторов моложе 24 лет, а авторов старше 44 суммарно 26,1%.

Стоит отметить, что Фейсбук остается уникальной социальной сетью в РФ как по возрастной структуре авторов — более 65% которых находятся в возрасте 25-44 лет, так и в плане публичного контента — это сеть, ориентированная в первую очередь на деловые контакты и бизнес.

Одноклассники, как и ранее, остаются преимущественно площадкой для межличностного общения. Ежемесячная аудитория сети составляет 31,5 млн человек, при этом публичную активность в группах демонстрируют всего 1,1 млн авторов.

В Одноклассниках, все так же, основная доля активных авторов находится в возрастной группе 24-34 лет – 26,6%. Практически равные доли приходятся на группы 35-44 и 55 и старше – 20,7% и 20,9% соответственно. Активных авторов младше 24 лет всего 15,8%.

LiveJournal остается площадкой для любителей «почитать, а не поговорить»: из 15 млн человек ежемесячной аудитории, активность проявляют всего 111 тыс. авторов.

Возрастная структура ЖЖ стабильна, наибольшая доля авторов приходится на группы 18-24 года – 37,2% и 25-34 года – 35,8%.

За последние полгода социальные медиа успели повзрослеть, сократилась доля авторов младше 18 лет, преобладают в ЖЖ и ВКонтакте авторы 18-24 и 25-34 лет, в других сетях – авторы 25-34 и 35-44 лет.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Система мониторинга социальных медиа и СМИ. Электронный ресурс [URL]:<http://blog.br-analytics.ru>

Как следует из главы, интересы молодежи обширны, ее интересует все от политики до путешествий. Не так много печатных СМИ занимаются молодежной журналистикой, но на смену им пришли молодежные интернет-издания и социальные сети, которые моментально заняли лидирующие позиции по предоставлению и обновлению информации, что безусловно дает возможность всем, не только молодому поколению быть в курсе событий.

## 2 ОСВЕЩЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛЕ «НАША МОЛОДЕЖЬ»

### 2.1 Общая характеристика и структура интернет - журнала «Наша молодежь»

«Наша молодежь» - Общероссийский ежемесячный молодежный журнал выходящий с июля 2009 года. Мы рассматриваем интернет-версию издания: [www.nasha-molodezh.ru](http://www.nasha-molodezh.ru) – социальный проект, предназначенный для диалога и совместного взаимодействия молодёжи, власти, бизнеса и социума.

Входит в состав медиахолдинга «Наша Молодёжь».

Журнал [www.nasha-molodezh.ru](http://www.nasha-molodezh.ru) состоит из агрегированных новостей от партнеров (СМИ, организаций, объединений, вузов и проч.), а также собственных текстов наших журналистов.

Интернет - журнал рассказывает об активной молодежи, ведет разговор на актуальные социально-политические темы, освещает ключевые события в молодежной политике, делится опытом решения различных молодежных и студенческих проблем, помогает молодым людям найти свое место в жизни и реализовать свой потенциал.

Сейчас интернет - журнал освещает важнейшие события в молодежной политике, рассказывает молодым людям об их правах, о путях решения различных проблем. На страницах журнала идет обсуждение актуальных вопросов.

Основная цель – разрушить информационный барьер, чтобы молодежь получала информацию в нормальном качественном виде, равноправно по всей стране. С разных источников, говоря и решая свои проблемы открыто, передавая свой опыт другим регионам. Общаясь друг с другом, помогая улучшать качество жизни в России. Чтобы молодежь взаимодействовала с бизнесом, государством, разными объединениями, организациями, которые могут оказать помощь и дать импульс развитию. Чтобы понимала, как с ними

сотрудничать. Помочь молодым людям понять, что у них есть возможность самореализации в своей стране. На этом воспитывать гражданское общество.

К тому же, редакция журнала говорит о том, что готова сотрудничать с разными молодежными организациями, любых сфер деятельности. Оказывать им информационную поддержку, освещая их мероприятия и получая материалы для публикаций. Материалы не обязательно должны отображать позитивные явления в молодежной среде. Задача интернет - журнала – показать реальное состояние дел.

#### История создания

Идея создания журнала не смогла бы воплотиться, если бы Петр Федорович Алешкин не занимался работой с молодежью в советское время. Вместе с супругой, Татьяной Васильевной Жариковой, они приняли решение печатать журнал, т.к. в СССР молодежных изданий было около двух десятков, а в нынешнее время нет такого журнала, который бы рассказывал обо всей молодежи России. Так 24 июня 2009 года появился первый номер журнала.

В августе 2010 появляется официальный сайт - [www.nasha-molodezh.ru](http://www.nasha-molodezh.ru). С февраля 2011 на сайте можно увидеть первый номер Молодежного литературного журнала «Кляп», созданный при поддержке П.Ф. Алёшкина.

В 2010 журнал отметили в Москве – участвуя в конкурсе «Москва молодежная -2010», среди молодежных СМИ, он занял первое место в номинации «Молодежные издания».

#### Структура журнала «Наша Молодежь»

Интернет-журнал «Наша молодежь» представляет собой многоуровневый сайт, то есть сайт с главной и второстепенными страницами.

Наличие меню рубрик или оглавление. На главной странице сверху можно найти список рубрик: «Общество», «Карьера», «Наука», «Герои», «Участвуй», «Жить здорово», «Творчество», «Путешествия», «Спецпроекты». Панель сохраняется при переходе на другие страницы.

Есть второстепенное меню рубрик. Туда входят разделы: «Молодежная политика», «Фестивали», «Карьера», «Добровольчество», «Форумы», «Студенты».

На сайте есть анонс статей актуальной тематики. На главной странице есть лента новостей, где кликнув на заголовок можно перейти по гиперссылке на интересующий текст.

Тематика и жанровая специфика интернет – издания «Наша Молодежь»

Тематика материалов достаточно обширна: молодежная политика, экономика, технологии, конкурсы и фестивали для молодежи, здоровье, путешествия, спорт.

Для каждой рубрики, естественно, характерна своя тематика.

Рубрика «Общество»

В данной рубрике можно прочитать материалы на тему политики, экономики, общественной жизни молодежи и разного рода новости, связанные с тем или иным событием. Кроме текстового материала можно увидеть новостные сюжеты и документальные фильмы.

Рубрика «Карьера»

В данной рубрике можно найти новостную информацию о конкурсах, фестивалях, форумов для молодежи. Рубрика наполнена красочными фотографиями и сюжетами.

Рубрика «Наука»

В этом разделе можно прочитать информацию о достижениях молодежи в научной жизни и науки на федеральном уровне. Найти информацию о студенческих научных конкурсах и посмотреть документальные фильмы о науке.

Рубрика «Герои»

В этом разделе рассказывается о молодых людях, которые добились успеха в разных сферах общественной жизни: спорт, творчество, предпринимательство.

Рубрика «Участвуй»

В данной рубрике так же можно найти информацию о разных молодежных конкурсах и узнать их результаты.

#### Рубрика «Жить здорово»

Основная часть информации о спорте находится в этом разделе. Здесь можно прочитать материалы о здоровом образе жизни, спортивной молодежи и новости спорта на федеральном уровне.

#### Рубрика «Творчество»

В рубрике «Творчество» рассказывается о разных фестивалях посвященных театру и кинематографу, которым занимается российская молодежь и других культурных мероприятиях.

#### Рубрика «Путешествия»

Одним из самых интересных разделов в журнале является раздел «Путешествия». Здесь можно увидеть материалы, в которых описываются путешествия по другим странам, историю этих стран и интересные факты.

#### Рубрика «Спецпроекты»

Здесь рассказывается об интересных идеях, проектах, инициативах, которые заслуживают большего внимания.

Так же на сайте журнала есть раздел «Актуальные новости». Помимо новостей можно увидеть анонсы интересных мероприятий и конкурсов масштаба всей страны или регионов.

Основная масса сообщений на сайте написана в жанре новостной заметки. Жанр новости с его пирамидальной структурой, свойственной ему лаконичностью и концентрацией внимания на факте наиболее популярен в сетевой журналистике и на сайте «Наша молодежь».

Информационную заметку на сайте можно узнать по определенному заголовку. В нем содержится действующий глагол, кроме этого основную информацию можно узнать из заголовка и лида.

Много материалов написаны в жанре интервью, в основном эти публикации находятся в разделе «Герои», но так же их можно встретить в

разделах «Общество», «Творчество» и «Карьера». В разделе «Путешествия» можно найти материалы, выполненные в жанре репортаж.

2.2 Анализ тематической направленности материалов в интернет – журнале «Наша молодежь»

Для того, чтобы выделить материалы с социальной проблематикой мы рассмотрели тематическую направленность этих материалов.

Всего было проанализировано 2071 материал, которые были опубликованы с марта 2014 года по февраль 2015.

В результате можно выделить некоторые темы, которые освещаются в интернет-журнале «Наша молодежь»:

- 1 психология, саморазвитие;
- 2 молодежь и политика;
- 3 молодежь и общественная жизнь;
- 4 культура и искусство;
- 5 хобби, творчество;
- 6 путешествия;
- 7 здоровье;
- 8 спорт;
- 9 новые технологии;
- 10 патриотизм;
- 11 работа и трудоустройство и т.д..

На основе анализа тематической направленности материалов, можно выделить аспекты тем:

- 1 духовно-идеологическая;
- 2 нормативно-правовая;
- 3 политико-управленческая;
- 4 научно-познавательная;
- 5 культурологическая;
- 6 нравственная;

7 развлекательная;

8 социальная.

Социальный аспект, можно отнести практически ко всем проанализированным материалам, так как под понятие «социальное» можно подвести практически все. Журналистика социальна и она помогает человеку осуществлять выбор своего жизненного пути, ведь журналистика как сфера социальной деятельности формирует основы общества, способствует решению социальных проблем.

Результаты анализа тематической направленности материалов, представленных в интернет - версии журнала «Наша молодежь», показали, что в большей степени представлена социальной направленностью (42,7%). Это обусловлено тем, что в издании большое внимание уделяется жизни ВУЗов страны.

Широко представлена информации о разных конкурсах, форумах и олимпиадах, проводящихся в разных университетах страны. Например «Международная студенческая цифровая олимпиада «3К» 2015» (27. 02. 2015). Это олимпиада проходила в интернете и желающими могли стать все Российские студенты». «В СФУ пройдет конкурс «Самый умный абитуриент Сибири 2015»» (20. 02. 2015), «Старейший университет России – МГУ имени М.В. Ломоносова отмечает 260-летие со дня основания» (25. 01. 2015), «Барнаульские студенты запустили «книговорот»» (17. 12. 2014).

Нормативно-правовая направленность (14,73%), это так же связано с жизнью студенческой молодежи. Политико-управленческая направленность освещена на (9,80%), научно-познавательная (8,26%), нравственная (7,5%). В меньшей степени освещены культурологическая, который составляет (5,27%), развлекательная (10,38%) и духовно-идеологическая (3,48%). Результаты представлены в Таблице №1 (ПРИЛОЖЕНИЕ А).

Материалом политико-управленческого направления, можно считать публикацию: «Молодые политики представили свои планы и идеи на «Студвесне стран ШОС» (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

04. 07. 2014г.

Тема: молодежная политика, предпринимательство.

Аспект темы: политико – управленческая.

Жанр: информационная корреспонденция.

Форма: текст.

Характер публикации: фактографический.

Локальность: общенациональный.

Герои: полномочный представитель Президента Российской Федерации в Сибирском федеральном округе Н.Е. Рогожкин и председатель Российского Союза Молодежи П.П. Красноруцкий.

Роль автора: журналист в данном материале максимально подробно показывает позиции участников круглого стола, цитирует выступающих и останавливается на каждой по его мнению важных идеях и решениях, озвученных молодыми политиками. Говорит о возможности взаимодействия людей разных социальных статусов и народностей.

Материал повествует о круглом столе, который прошел в рамках «Студенческой весны стран ШОС», во главе которого выступил полномочный представитель Президента Российской Федерации в Сибирском федеральном округе Н.Е. Рогожкин и председатель Российского Союза Молодежи П.П. Красноруцкий. Так же, на конференции выступили и руководители Союза Молодежи других стран. В большей степени, материал рассказывает о молодых политиках и предпринимателях, которые предлагали свои идеи по развитию, реализации молодежной политики в Российской Федерации, и её механизмах.

Перед тем, как попасть на данное мероприятие, все участники проходили отбор: «Наша команда представила три социальных проекта, которые реализуются у нас в городе Бишкек. Такие мероприятия помогают нам, молодежи, узнать друг о друге, понять цель молодежной политики. Это хорошая возможность показать свою страну на мировом уровне, а также возможность начать сотрудничество с другими странами».

Еще одним материалом политико-управленческой направленности, можно назвать материал: «Глава ООН призвал молодежь добавиться равенства и справедливости на планете».

06. 02. 2015г.

Тема: проведение молодежного форума.

Аспект темы: политико – управленческая.

Жанр: информационный отчет.

Форма: текст.

Характер публикации: фактографический.

Локальность: зарубежная.

Герои: Генеральный секретарь Пан Ги Мун.

Информационный повод: Молодежный форум, прошедший в штаб-квартире ООН в Нью-Йорке под эгидой Экономического и Социального Совета ООН.

Роль автора: автор поддерживает речь Генерального секретаря ООН, молодой человек в материале описывается, как герой, который столкнется со множеством проблем, но он должен приспособливаться и жить в новом постоянно меняющемся мире и ориентироваться в нем.

В материале описывается выступление Генерального секретаря Пан Ги Муна, который призвал молодых людей бороться с несправедливостью и неравенством и стать активными гражданами мира: ««Все вы собрались здесь в важный период для всех людей и для нашей планеты. 2015 год — это не просто еще один год. Этот год предоставляет возможность изменить курс нашей истории. Мы являемся первым поколением, которое способно покончить с бедностью и последним, которое еще может что-то сделать для предотвращения наихудших последствий изменения климата»».

Таким образом, материалы этой группы формируют в молодом человеке такие качества, как активность, саморазвитие, лидерство, креативность, умение управлять, сотрудничать, строить планы и приводить их в действие.

«Концепция реализации государственной политики в сфере межэтнических отношений»

17. 05. 2014г.

Тема: межэтнические отношения.

Аспект темы: политико-управленческий, так же можно говорить и о наличии социального аспекта.

Жанр: информационный отчет.

Форма: текст.

Характер: фактографический.

Локальность: общенациональная.

Герои: члены молодежного парламента и общественных организаций.

Роль автора: журналист в материале приводит цитаты экспертов по национальной политике, тем самым создавая возможность для выражения новых взглядов и оценок, на проблему, которой не один год. Показывает общую позицию по вопросам национальной политики.

Данный материал посвящен мероприятию, который был организован по инициативе московской молодежи. Круглый стол был посвящен межэтническим отношениям. «Участники обсудили «Концепцию реализации государственной политики в сфере межэтнических отношений» и высказали свои предложения, которые были переданы в Молодежную палату при городской Думе».

В главном докладе, с которым выступил Владилен Боков, начальник управления по реализации национальной политики Комитета межрегиональных связей и национальной политики г. Москвы, говорилось, что люди сами создают национальные барьеры, что русские люди в своей стране чувствуют себя в меньшинстве, а так быть не должно. «Только и слышишь на каждом углу: «Понаехали тут!». Действительно, проблема неравномерного развития округов является причиной огромного притока

людей в столицу. Но народ совершенно не осознает, что они такие же граждане России, что имеют такие же права и обязанности».

Далее в публикации описывается выступление депутата Московской городской Думы, члена фракции «Единая Россия», Ирины Великанова, которая привела краткий обзор законодательных актов и актов нормативно-правового регулирования.

В итоге, членами Молодежного парламента и общественных организаций (Союз студенческих землячеств, Союз армян в России, Союз грузин в России) было решено проводить различные меры для стабилизации и поддержания межэтнических отношений: это и воспитание терпимости к национальным особенностям разных народов, и проведение различных национальных фестивалей, и создание единой системы уроков толерантности в учебных заведениях.

В интернет-журнале «Наша молодежь» присутствуют и нормативно-правовые публикации. Иллюстрацией данного утверждения могут служить примеры материалов, посвященных правам студентов:

«В Кирове студенты отстаивали право на бесплатное образование»  
(ПРИЛОЖЕНИЕ В)

19.01.2015г.

Тема: незаконный сбор денег со студентов.

Аспект темы: нормативно – правовая, социальный аспект так же четко прослеживается в тексте.

Жанр: информационная заметка.

Форма: текст.

Характер публикации: проблемный.

Локальность: региональная.

Герои: студенты.

Роль автора: автор приводит свое мнение в качестве аргумента, о том, что платить за образование – это нормально, только в том случае, если ты учишься на платном отделении, но вот, если ты обучаешься на бесплатной

основе, но за оказание определенных услуг с тебя требуют деньги, то это проблема. Журналист в заметке обосновывает позицию студентов подавших в суд, стремится помочь в решении проблемы и предотвратить подобные случаи в других учреждениях.

Информационным поводом для написания этого материала, стало обращение студентов торгово-экономического техникума г. Кирова в суд.

Основанием обращения в суд послужили материалы прокурорской проверки, в ходе, которой выяснилось, что со студентов заочного отделения, обучающихся на бюджетной основе, собирали деньги за оказание услуг в виде предоставления академической справки, подтверждающей обучение в техникуме, повторную сдачу экзамена, контрольной работы, восстановление диплома, справки-вызова, заключения и расторжения договора. Кроме того, со студентами заключались договоры об оказании дополнительных образовательных услуг на платной основе.

В итоге, суд признал действия Кировского торгово-экономического техникума незаконными и обязал директора техникума отменить противоречащий законодательству приказ.

Еще одной публикацией, связанной с правами студентов, является материал: «В Белгородской области формируется штаб уполномоченного по правам студентов».

27. 01. 2015г.

Тема: открытие штаба по защите прав студентов.

Аспект темы: нормативно – правовая.

Жанр: информационная заметка.

Форма: текст.

Характер публикации: региональные.

Локальность: региональные.

Герои: студенты.

Роль автора: журналист излагает факты, не пытаясь высказать свое личное мнение, по поводу события.

Информационным поводом для написания данного материала, послужило формирование в Белгородской области региональной команды активистов, которая будет защищать права студентов. В штаб может войти любой желающий студент, магистрант, аспирант.

Примером публикаций нормативно-правовой направленности, является следующий материал: «Студенты требуют снизить плату за проживание в общежитиях»

11.09.2014г.

Тема: повышение платы за общежития.

Аспект темы: нормативно – правовая, можно говорить и о социальном аспекте в этой публикации.

Жанр: информационная заметка.

Форма: текст.

Характер публикации: фактографический.

Локальность: общенациональные.

Роль автора: автор встает на сторону студентов и стремится вместе с ними к решению сложившейся ситуации, дает информацию прецедентных случаях.

Герои: студенты и Артем Хромов, уполномоченный по правам студентов.

В материале рассказывается о том, что во многих вузах повысилась плата за проживание в общежитиях. Это, конечно же, стало огромной проблемой для студентов и привело к тому, что молодые люди, проживающие в общежитиях стали обращаться к Артему Хромову, который является уполномоченным по правам студентов. В связи с этим он направил соответствующее обращение в Минобрнауки России с просьбой принять оперативные меры для понижения стоимости проживания в вузовских общежитиях.

В итоге, можно отметить, что нормативно-правовые публикации в интернет-журнале «Наша молодежь» представлены очень широко, но они

так, же носят социальный характер. Эти материалы показывают положительный примеры того, что нужно быть активным, настойчивым, не закрывать глаза на ситуацию, которую можно исправить и не бояться обратиться за помощью.

Нравственная направленность публикаций в интернет-версии журнала «Наша молодежь» представлена материалами о добровольчестве, патриотизме, помощи тем, кто в этом нуждается. Примером таких публикаций является материал: ««Академия волонтерства» заработает в Твери» (ПРИЛОЖЕНИЕ Г).

17. 02. 2015г.

Тема: волонтерство, начало работы новое проекта добровольчества.

Аспект темы: нравственная, опять же можно выделить социальную направленность этого материала.

Жанр: информационная заметка.

Форма: текст.

Характер публикации: позитивный.

Локальность: местная.

Герои: инициативная молодежь.

Роль автора: журналист дает положительную оценку действия активной молодежи, но при этом объективно повествует о произошедшем.

Информационный повод: формирование проекта «Академия волонтерства».

«Проект «Академия волонтерства» должен по замыслу его организаторов создать в Твери условия для становления активной гражданской позиции молодежи, выраженной в осознанном выборе добровольческой деятельности как деятельности, формирующей четкие профессиональные и гуманистические черты личности».

В материале описывается цель данного проекта: «создать условия подготовки квалифицированных волонтеров для регулярной и эффективной координации добровольческих усилий в решении социальных проблем

города, а также качественной помощи жителям города и социально ориентированным некоммерческим организациям города Твери».

Нравственная и социальная направленность отражается и в следующем материале: «Благовещенские танцоры и циркачи собрали 100 тысяч рублей на оплату услуг нянь для детей-отказников».

13. 01. 2014г.

Тема: добровольчество, сбор денег на оплату услуг нянь для детей-отказников.

Аспект темы: нравственная, социальная.

Жанр: информационная заметка.

Форма: текст.

Характер публикации: фактографический.

Локальность: региональная.

Герои: благовещенские артисты.

Роль автора: положительный отзыв на благотворительную акцию и проблема детей – сирот, вот основные вопросы, раскрытые в этом журналистском материале, тем самым открывая проблему для обсуждения и поиска решений проблем детей оставшихся без попечения родителей.

Информационный повод: благотворительный концерт «Под крылом».

В материале описывается мероприятие, в ходе которого были собраны средства на оплату услуг нянь для детей, оставшихся без попечения родителей, которые находятся в Архаринской больнице, — отказники, малыши из неблагополучных семей, воспитанники детских домов и приютов.

Таким образом, нравственная направленность публикаций формирует в молодом человеке такие качества, как: доброта, милосердие, заинтересованность в социальной жизни страны, благородство, внимание к тем, кто нуждается в чем-то, дружелюбие и совесть.

Материалы, представленные в интернет-журнале можно разделить на несколько категорий публикаций, в зависимости от характера повествования, это:

- 1 Позитивный;
- 2 Проблемный;
- 3 Репрезентативный.

По определению Э.О. Шмитько «репрезентативный материал» - это материал, несущий в себе фактографическую функцию.<sup>28</sup>

После проведенного анализа, можно прийти к выводу, что большинство публикаций в интернет - журнале «Наша молодежь», носят репрезентативный характер (56,1%). Это свидетельствует о том, что большая часть материалов объективна и выполняет фактографическую функцию. Не малая часть публикаций рассматривается в позитивном ключе (29,5%) (ПРИЛОЖЕНИЕ Е).

Много материалов о пользе добровольчества, об интересных запоминающихся мероприятиях, путешествиях, об успехах молодежи в разных сферах жизни.

Положительные отклики находят материалы о волонтерских движениях, участии молодежи в жизни страны: «Начинающие парикмахеры делают бесплатные прически и стрижки ветеранам войны и труда» (ПРИЛОЖЕНИЕ Д).

16. 02. 2015г.

Тема: добровольчество.

Аспект темы: социальная.

Жанр: информационная заметка.

Форма: тест.

Характер публикации: положительный.

Локальность: региональная.

Герои: волонтеры.

Роль автора: автор публикации несет идею о том, что волонтерство – это, то без чего современное общество не может нормально

---

<sup>28</sup>Шмитько Э.О. Исследование медиаобразов современной молодежи на основе молодежных изданий «Студенческий меридиан» и «La youth». Электронный ресурс [URL]: <http://philology.snauka.ru/2013/11/607>

функционировать. Положительно отзывается о событии, лишь указывая на то, что акция должна стать постоянной. Он обращает внимание на ситуацию в целом и хочет, чтобы пожилым людям оказывали помощь не только тогда, когда старики сами за ней обратятся.

Информационный повод: акцию «Преображение без затрат», которую провели в Кемеровской области студенты Кузнецкого техникума сервиса и дизайна имени В.А. Волкова.

Студенты-добровольцы открыли временный салон красоты, который находится в отделении дневного пребывания граждан пожилого возраста и инвалидов, и в помещении городского совета ветеранов. Акция проводится не первый год.

Что касается проблемных публикаций, то их доля составляет (14,3). Это связано с тем, что в интернет-версии журнала материалы проблемной направленности посвящены таким темам как: отношения России и Украины, проблемы студенческой молодежи в разных регионах, отсутствие денег в федеральном бюджете на детский отдых.

Примером проблемной публикации является материал: «Каждый 10-й студент сталкивается с предвзятостью на экзамене».

16. 02. 2015г.

Тема: образование студентов.

Аспект темы: морально – этический, прослеживается и социальный аспект.

Жанр: информационная заметка.

Форма: текст.

Характер публикации: проблемный.

Локальность: общенациональная.

Роль автора: автор пытается разобраться в ситуации и найти пути ее решения. Поднимает вопрос о правильности критерия выставления оценок.

Информационный повод: Итоги эксперимента с независимой оценкой знаний студентов вузов, проведенный Рособрнадзором.

Проблема: предвзятость на экзамене.

«Внедрить независимую оценку качества образования студентов в вузах поручил президент РФ Владимир Путин в конце октября 2014 года». Рособрнадзор провел эксперимент, в рамках которого студенты шести российских вузов сдавали экзамены не тем преподавателям, которые читали у них лекции, а независимой комиссии. Далее материалы экзамена отправлялись в Рособрнадзор, где работы студентов зашифровывались и передавались на проверку преподавателям вузов, не участвующих в эксперименте. В итоге оказалось, что иногда преподаватели завышают оценки своим студентам, а иногда занижают.

К группе проблемных материалов, можно отнести публикацию: «В Крыму самый низкий уровень поддержки молодежи».

29. 01. 2015г.

Тема: финансирование молодежных программ.

Аспект темы: экономическая.

Жанр: информационная заметка.

Форма: текст.

Характер публикации: проблемный.

Локальность: общенациональная.

Информационный повод: встрече органов государственной власти с представителями общественных организаций, где обсуждали финансирование молодежных программ в Крыму.

Проблема: низкий уровень поддержки молодежи в Крыму

«Объем финансирования молодежных программ остался на прежнем уровне, как и при Украине, и это кардинально отличается от других регионов Российской Федерации».

Автор приводит ряд сравнений, где показывает, что в Крыму самый низкий уровень: «В Ставропольском крае финансирование молодежных программ составляет около 40 млн. рублей, в то время как в Крыму — 19 млн рублей».

Так же, автор отмечает, что в некоторых регионах отсутствуют не только средства на молодежные программы, но и чиновники, отвечающие за работу с молодежью.

Публикацию «За последние 5 лет потеряли лицензию порядка 800 российских вузов» (ПРИЛОЖЕНИЕ Ж) так же, можно отнести к проблемным материалам.

«Александр Сакмаров — горячее сердце Удмуртии».

04. 02. 2015г.

Тема: помощи детям-инвалидам.

Аспект темы: социальная.

Жанр: информационное интервью.

Форма: текст

Характер публикации: позитивный.

Локальность: общенациональная.

Роль автора: автор поддерживает героя интервью, обращает внимание не только на положительные стороны проекта, но и говорит о том, что еще предстоит сделать.

Александр Сакмаров, член Якшур-Бодьинской местной организации УТРО РСМ, герой книги «Горячее сердце», автор уникального адаптационного проекта по оказанию помощи детям-инвалидам «Расширяя границы».

«Учитель года-2013» Андрей Сиденко: «Главное – уметь слышать детей».

06. 10. 2014г.

Тема: работа школьного учителя, работа с детьми.

Аспект темы: социальная.

Жанр: информационное интервью.

Форма: текст.

Характер публикации: фактографический.

Локальность: общенациональная.

Информационный повод: победитель конкурса «Учитель года-2013».

«А если умножить добро...».

24. 02. 2015г.

Тема: добровольчество.

Аспект темы: морально-этическая, социальный аспект так же четко прослеживается.

Жанр: информационное интервью.

Форма: текст.

Характер публикации: позитивный.

Локальность: региональная.

Роль автора: автор публикации положительно оценивает проект школьницы. Стремится донести до читателя необходимость таких социальных проектов.

Информационный повод: Анастасия Фомина, ученица 4 класса из Москвы придумала проект «А если умножить добро...», который помогает детям, одиноким пожилым людям и инвалидам.

В интернет - журнале «Наша молодежь», в большей степени представлены материалы, где главным героем публикации является студент (59,7%). Материалов о рабочей молодежи гораздо меньше (28,4%). Что касается материалов, где героем выступает школьник, их меньше всего (11,7%).

Результаты анализа в процентном соотношении представлены в Таблице №3 (ПРИЛОЖЕНИЕ 3).

Результаты анализа тематической направленности материалов, представленных в интернет - журнала «Наша молодежь», показали, что в большей степени представлена социальная направленность (42,7%). Нормативно-правовая направленность составляет (14,73%). Развлекательные материалы освещены на (10,38%). Материалы политико-управленческого характера, представленные в интернет-журнале, составляют (9,8%).

Представлена научно-познавательная тематика (8,26%) и нравственная (7,5%). Публикации духовно-идеологического характера составляют (3,48%).

Таким образом, в интернет-журнале «Наша молодежь» присутствуют материалы репрезентативного характера. Их количество составляет большую часть всех проанализированных материалов (56,1%). Материалов написанных в позитивном ключе (29,5%). Что касается проблемных публикаций, то их гораздо меньше, чем остальных (14,3%).

Результаты анализа в процентном соотношении представлены в Таблице №2.

В параграфе 1.2 мы выявили интересы молодежной аудитории, в целом интерес вызывают материалы на темы отдыха, досуга, развлечений, спорта, криминала и катастрофы, мир моды, стиля, косметики, политики замыкают список интересов экономика и финансы, семья и семейные отношения и наконец религия и верования.

Но говоря о проблемах молодежи, которые мы попытались выявить при помощи контент-анализа в интернет - издании «Наша молодежь», можно сказать, что основными проблемами, волнующими молодежь являются проблемы в сфере образования (214 материалов), проблемы рабочей молодежи и трудоустройства (102 материала), конфликты на почве расовой принадлежности (18 материалов), финансовые проблемы волнуют молодежь не меньше, а также нужно отметить волонтерство и вовлечение в него молодых людей (72 материала). Стоит сказать, что чем смелее и четче молодежь излагает свои мысли, тем больше возможностей для решения проблем.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате написания данной бакалаврской работы нами была достигнута основная цель – выявление материалов социальной проблематики в интернет - журнале «Наша молодежь».

Прежде чем проанализировать издание, мы рассмотрели такие понятия, как «молодежь» и «социальная проблема», изучили современное состояние молодежных СМИ, его функции и компоненты. Так же мы изучили структуру интернет - журнала «Наша молодежь», провели анализ тематической направленности материалов и характера публикаций.

По итогам анализа можно сделать несколько выводов:

- деятельность СМИ оказывает исключительно большое влияние на жизнь общества в целом, на социально-психологический и нравственный облик каждого из членов этого общества, а молодое поколение больше всего подвержено влиянию СМИ. Трактовка в СМИ проблем социальной сферы может оказывать серьезное воздействие на отношение общества к этим проблемам.
- интересы молодежи обширны, ее интересует все: от политики до путешествий. На смену печатным СМИ пришли молодежные интернет-издания и социальные сети, которые занимают лидирующие позиции по предоставлению и обновлению информации, что безусловно дает возможность всем, не только молодому поколению быть в курсе событий.
- интернет - журнал «Наша молодежь» - социальный проект, предназначенный для диалога и совместного взаимодействия молодёжи, власти, бизнеса и социума.
- в журнале публикуется информация о возможностях молодежи, самореализации в своей стране, об интересных людях, проектах, важных событиях, происходящих в государственной молодежной политике.

Всего было проанализировано 2071 материал, которые были опубликованы в течение года, с марта 2014 по февраль 2015 года.

Результаты анализа тематической направленности материалов, представленных в интернет-журнале «Наша молодежь», показали, что в большей степени представлена социальная направленность (42,7%). Нормативно-правовая направленность составляет (14,73%). Развлекательные материалы освещены на (10,38%). Материалы политико-управленческого характера, представленные в интернет-журнале, составляют (9,8%). Представлена научно-познавательная тематика (8,26%) и нравственная (7,5%). Публикации духовно-идеологического характера составляют (3,48%).

Большинство публикаций в интернет-журнале «Наша молодежь», носят репрезентативный характер (56,1%). Много материалов, написанных в позитивном ключе (29,5%). Что касается проблемных публикаций, то их доля составляет (14,3%).

С помощью контент-анализа мы смогли сделать наше исследование максимально достоверным, отражающим объективную картину интересующей нас темы. Социальные проблемы, волнующие молодых людей, мы попытались выявить в интернет-журнале «Наша молодежь». После проведенного анализа мы смогли выделить топ проблем: проблемы в сфере образования (высокая стоимость обучения, предвзятость на экзаменах и т.д.), проблемы рабочей молодежи и проблемы с трудоустройством, финансовые проблемы (дорогое обучение, переплата за проживание в общежитии и т.д.), а так же можно сказать о волонтерстве и заинтересованности в нем молодых людей.

В современном мире существует огромное количество возможностей рассказать о проблемах, которые волнуют, а так же множество возможностей справиться с ситуацией и решить эту проблему, главное не молчать о ней.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Аникина М. Е., В. В. Баранов, О. А. Воронова и др.; Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 236 ISBN 978–5–7567–0432–7/ Типология периодической печати : Учеб. пособие для студентов вузов.

2 Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., Изд-во «Медиум», 1995. С. 219.

3 Бестужев-Лада И.В. Образ // Философский энциклопедический словарь. 2-е изд. Под ред. С.С. Аверинцева, Э.А. Араб-Оглы и др. М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1989. С. 432.

4 Вартанова Е. Л. Медиаобразование как приоритет общественного развития // Медиаобразование в школе: сб. программ преподавания дисциплин / под ред. Е. Л. Вартановой, О. В. Смирновой. – М. : МедиаМир, 2010. С. 5 – 16.

5 Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н. Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодежи // Информационная и психологическая безопасность в СМИ, том 1. - Москва, 2002. С. 1 – 14.

6 Дзялошинский И.М. Какая журналистика может считаться социальной?// НКО и СМИ: мостик через пропасть. М., АСИ, 2002. С. 46.

7 Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. С. 322.

8 Жилавская И. В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования // Медиаскоп. 2008. № 2. Электронный ресурс [URL]: <http://www.mediascope.ru/node/229>

9 Зейтунян М.А. Проблема социализации молодежи в информационном пространстве: теоретическое осмысление. Вестник Адыгейского Государственного Университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. Электронный ресурс [URL]: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema->

sotsializatsii-molodezhi-v-informatsionnom-obschestve-teoreticheskoe-osmyslenie.

10 Кон И. С. Социология молодёжи. В кн.: Краткий словарь по социологии М., 1988. С. 354

11 Корконосенко Ю.С. Прикладная социология, Ростов-на-Дону, “Феникс”, 2001. С. 136.

12 Корконосенко С. Г. Теоретико-методологические основы социологии журналистики. Глава 3. Социожурналистика: понятие, структура, практика. Электронный ресурс [URL]: [http://evartist.narod.ru/text9/51.htm#з\\_03](http://evartist.narod.ru/text9/51.htm#з_03).

13 Коробейников В.С. Средства массовой информации // Энциклопедический социологический словарь. М., 1995. С. 195.

14 Кулагина И.В. Возрастная психология. Электронный ресурс [URL]: <http://www.teoria-practica.ru/-12-2012/psychology/belyi.pdf>.

15 Лисовский В. Т Социология молодёжи. СПб.: Изд-во СПбГУ. 1996. Михелин А.В., Шарков Ф.И. Социологический мониторинг средств массовой информации и электорального поведения. М., 2003. С. 410.

16 Макашина Г. Социальная журналистика как новый тип журналисткой деятельности / Г. Макашина // Методические рекомендации по преподаванию спецкурса «Социальная журналистика». Электронный ресурс [URL]: <http://www.infohome-altai.ru/node/436>

17 Михелин А.В., Шарков Ф.И. Социологический мониторинг средств массовой информации и электорального поведения. М., 2003. С. 62.

18 Молодежная культура и СМИ // Научное издание. М.: Серебряные нити, 2006. С. 41.

19 Науменко Т.В. Функция журналистики и функции СМИ. Электронный ресурс [URL]: <http://credonew.ru/content/view/176/25/>.

20 Политическая социология: учеб. пособие. - Изд. 3-е, доп. и перераб. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. С. 535.

21 Рейтер С. Беседа о социальной журналистике / С. Рейтер, А. Лошак. Электронный ресурс [URL]: <http://russ.ru/pole/Beseda-o-social-noj-zhurnalistike>

22 Сандалова К. Воспитание «Хулигана» «Молотком». Чему учат молодежные журналы? Из Папки Комиссии по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в средствах массовой информации Общественной палаты РФ // Москва. 2006. № 3. С. 161- 168.

23 Система мониторинга социальных медиа и СМИ Электронный ресурс [URL]: <http://blog.br-analytics.ru>

24 Журавлев А. Л., Ушаков Д. В. Теория и практика психологии. Электронный ресурс [URL]: <http://gendocs.ru/>

25 Фёдоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. — Монография. — Ростов-на-Дону: ЦВВР, 2001. С. 708.

26 Федоров А. В., Левицкая А. Массовое медиаобразование в мире: прошлое и настоящее. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. С. 44 – 82.

27 Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. М., 2003. С. 44.

28 Чернега О.П. Социальная журналистика: становление типологии// Журналистика в 2002 году: СМИ и реалии нового века. М., 2003. С. 127.

29 Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. — Брошюра. — М.: Академия педагогических наук СССР, 1990. С. 66.

30 Шайхитдинова С.К. Социальная журналистика / С.К. Шайхитдинова, П.В. Баутина // Региональные СМИ: проблематика, тенденции развития. – Казань : Казан. ун-т, 2011. С. 159.

31 Шмитько Э.О. Исследование медиаобразов современной молодежи на основе молодежных изданий «Студенческий меридиан» и «La youth» Электронный ресурс [URL]: <http://philology.snauka.ru/2013/11/607>.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица №1 Тематическая направленность материалов

Тематическая направленность материалов	Количество Публикаций:	Доля %:
духовно-идеологическая	72	3,48
нормативно-правовая	305	14,73
политико-управленческая	203	9,8
научно-познавательная	171	8,26
культурологическая	109	5,27
нравственная	215	7,5
развлекательная	113	10,38
социальная	883	42,7
Итого:	2071	100%

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### **«Молодые политики представили свои планы и идеи на «Студвесне стран ШОС»»**

**04. 07. 2014г.**

**Автор: Азалия Газеева**

3 июля в рамках «Студенческой весны стран ШОС» был проведен «круглый стол», во главе которого выступил полномочный представитель Президента Российской Федерации в Сибирском федеральном округе Н.Е.Рогожкин и председатель Российского Союза Молодежи П.П.Красноруцкий.

На конференции выступили и руководители Союза Молодежи других стран. Каждый представитель своей делегации рассказал, как проходит развитие молодежной политики в той или иной стране. Руководитель Департамента студенческих программ РСМ Вячеслав Адерихин сообщил основные направления работы молодежной политики в нашей стране: развитие творческого потенциала, студенческое самоуправление, поддержка интеллектуального уровня молодежи, спортивные программы, а также помощь иностранным студентам на территории РФ.

Также на собрании присутствовали молодые политики и предприниматели, которые предлагали свои идеи по развитию, реализации молодежной политики в Российской Федерации и её механизмах.

«Перед тем, как попасть на «Студенческую весну стран ШОС», мы прошли собеседование. Наша команда представила три социальных проекта, которые реализуются у нас в городе Бишкек. Такие мероприятия помогают нам, молодежи, узнать о друг друге, понять цель молодежной политики. Это хорошая возможность показать свою страну на мировом уровне, а также возможность начать сотрудничество с другими странами» -поделилась координатор проекта «Kinder-Club» киргизской республики Азем Бакасова.

«Я порядка 10 лет являюсь государственным служащим, закончил университет по стезе муниципально-государственного управления, сейчас работаю в аппарате правительства. Невозможно озвучить одну причину, почему я занялся этим направлением, это действительно то, чем мне нравится заниматься. «Студенческая весна стран ШОС» - это значительный уровень мероприятия, одно из самых ярких фестивалей. Надеюсь, что все молодые люди реализуют себя» - прокомментировал заместитель заведующего отделом координации подготовки и проведения саммитов ШОС и стран БРИКС Аппарата Правительства Республики Башкортостан, Гумеров Вадим Ришатович.

После конференции состоялся пресс-подход с Н.Е.Рогожкиным и губернатором Забайкальского края К.К.Ильковским. На которых обсуждались вопросы не только о проведении «Студенческой весны стран ШОС», но и поднимались вопросы Забайкальского края в целом.

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### **«В Кирове студенты отстаивали право на бесплатное образование»**

**19.01.2015г.**

**Источник: [prokuratura-kirov.ru](http://prokuratura-kirov.ru)**

В торгово-экономическом техникуме г. Кирова со студентов заочного отделения, обучающихся на бюджетной основе, собирали деньги практически за все — за оказание услуг в виде предоставления академической справки, подтверждающей обучение в техникуме, повторную сдачу экзамена, контрольной работы, восстановление диплома, справки-вызова, заключения и расторжения договора. Кроме того, со студентами заключались договоры об оказании дополнительных образовательных услуг на платной основе.

Эти факты выяснились в ходе проверки, проведенной региональной прокуратурой.

— Также проведенной проверкой установлено, что техникумом было предусмотрено незаконное взимание платы за несданную вовремя литературу в размере 10% от рыночной стоимости книги за каждый день просрочки, и установлен 10-кратный размер возмещения стоимости утерянной книги, — сообщается на сайте прокуратуры РФ Кировской области.

В результате студентам удалось отстаивать свои права только через суд, основанием для обращения в который послужили материалы прокурорской проверки.

Ленинский районный суд г.Кирова Кировской области удовлетворил требования прокурора Ленинского района г. Кирова о признании действий НОО СПО «Кировский торгово-экономический техникум» по установлению платных услуг незаконными, и обязал директора техникума отменить противоречащий законодательству приказ, устанавливающий указанные требования.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### **«Академия волонтерства» заработает в Твери»**

**17. 02. 2015г.**

**Автор: Екатерина Плеханова**

Проект «Академия волонтерства» должен по замыслу его организаторов создать в Твери условия для становления активной гражданской позиции молодежи, выраженной в осознанном выборе добровольческой деятельности как деятельности, формирующей четкие профессиональные и гуманистические черты личности.

Основой для реализации «Академии волонтерства» стал созданный ранее проект «Добрая Тверь» ([dobrotver.ru](http://dobrotver.ru)), который является информационной коммуникативной площадкой взаимопомощи граждан и НКО на территории Твери. Портал волонтерской помощи включает в себя две основных панели, которые выражены двумя фразами: «Я могу помочь» и «Мне нужна помощь». «В городе Твери в настоящее время систематизированное молодежное добровольчество отсутствует, — рассказывает представитель оргкомитета проекта Ирина Никуличева.

Проявление активности со стороны молодежного сектора имеет хаотичный характер, но, несмотря на этот факт, взгляды на добровольчество постепенно сменяются в сторону квалифицированного добровольческого труда в зависимости от интересов молодежи. Причинами подобного вывода стало отсутствие представления жителей города о ценностях добровольчества и мотивах участия в социальной сфере молодежи».

Цель Академии — создать условия подготовки квалифицированных волонтеров для регулярной и эффективной координации добровольческих усилий в решении социальных проблем города, а также качественной помощи жителям города и социально ориентированным некоммерческим организациям города Твери.

Проект включает тренинги, семинарские и практические занятия с целью формирования знаний у добровольца-участника о волонтерстве и социальной деятельности. В настоящее время волонтеры «Доброй Твери» и Академии помогают Детскому противотуберкулёзному санаторию № 2 с ремонтом, а также принимают индивидуальные запросы от пожилых людей на уборку дома и иную бытовую помощь. Организаторы проекта надеются, что его итогом станет увеличение численности волонтеров по всем направлениям работы Академии, среди которых «помощь людям старшего возраста», «помощь детям и семьям», «благоустройство», «культура и творчество» и «здоровый образ жизни».

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

**«Начинающие парикмахеры делают бесплатные прически и стрижки ветеранам войны и труда»**

**16. 02. 2015г.**

**Автор: Наталья Чернигова**

Акцию «Преображение без затрат» провели в Кемеровской области студенты Кузнецкого техникума сервиса и дизайна имени В.А. Волкова. Акция стала для начинающих парикмахеров традиционной.

Временный салон красоты открывается либо в отделении дневного пребывания граждан пожилого возраста и инвалидов, либо в помещении городского совета ветеранов.

Уже несколько лет студенты старших курсов техникума делают стрижки и укладки пенсионерам совершенно бесплатно. Маломобильных стариков обслуживают на дому, остальных — в зависимости от того, куда пожилым людям удобнее подойти.

«Это просто красота какая-то, спасибо девчата, — благодарит теперь уже своего личного стилиста бывший узник фашистских концлагерей Василий Купреев. — Меня в дорогой парикмахерской так хорошо не стригли, а тут еще и бесплатно. Молодцы ребята, что помогают нам быть красивыми, заботятся, всегда поговорят. Цирюльники от бога!»

Начинающие парикмахеры не только отдают дань и уважение ветеранам, но и демонстрируют мастерство, приобретают опыт работы и общения с клиентами самого «капризного возраста». За работой практикантов наблюдает мастер, поэтому в случае необходимости всегда может подсказать, поправить, так что клиент уйдет преобразенным и в хорошем настроении.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Таблица №2 Характер публикаций

Характер публикаций:	Количество Публикаций:	Доля %:
Позитивный	611	29,5
Проблемный	298	14,3
Репрезентативный	1162	56,1
Итого:	2071	100%

## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

**«За последние 5 лет потеряли лицензию порядка 800 российских вузов»**

**10. 12. 2014г.**

**Источник: пресс-служба университета Синергия**

Университет «Синергия» провел подробное исследование по вузам и их студентам и выяснил, почему учащихся стало меньше, и какую форму образования они выбирают.

За последние 5 лет потеряли лицензию порядка 800 российских вузов – сообщает центр статистики финансово-промышленного университета «Синергия». В 2010-11 учебном году в стране насчитывалось 1115 высших учебных заведений, в 2013-14 их стало уже 969. В последние годы ректоры и преподаватели привыкли к участвующим плановым и внеплановым проверкам. Представители Рособнадзора оценивают эффективность образования — каждый вуз, признанный неэффективным, лишается лицензии.

Частные вузы закрываются чаще, чем государственные, но разница совсем не велика: за 5 лет в России стало меньше на 12,6% государственных и на 13,5% частных вузов. По словам представителей Минобрнауки, чаще всего под сокращение попадают учебные заведения, в которых менее 10 тысяч очных студентов. Практика показывает, что подобные вузы зачастую не имеют прочной материальной базы и не способны организовать учебный процесс согласно всем требованиям Рособнадзора.

Число студентов высших учебных заведений также неминуемо сокращается. 7 млн. 419 тыс. человек посещали институты и университеты в 2009-10 году, в 2013-14 году их осталось 5 млн. 647 тыс. Эксперты связывают это не только с закрытием вузов, но и с глубоким демографическим кризисом, в котором находится страна.

Демографическая яма связана, прежде всего, с финансовым кризисом конца 90-х годов и будет длиться еще в течение нескольких лет. Заметный подъем рождаемости в России начинается с 2000-х годов, а соответственно, недостаток в студентах вузы перестанут испытывать примерно к 2018 году.

Государственные вузы потеряли больше студентов — 1 млн. 87 тыс. человек, в то время как частные лишились всего 316 тыс. студентов. Но государственные вузы пострадали больше частных лишь в количественном соотношении: на самом деле, 316 тыс. студентов, которых недосчитались частные университеты, составляли 24,6% от общего числа учащихся, в то время как государственные учреждения потеряли существенно меньше — лишь 18,5% учащихся.

Согласно исследованиям университета «Синергия», частные вузы студенты чаще выбирают для заочного обучения. В период с 2009 по 2014 учебный год на заочных отделениях частных высших учебных заведений училось в среднем на 638 тыс. человек больше, чем на очных. Среди студентов и государственных, и частных университетов заметно упала популярность очно-заочного (вечернего) отделения и экстерната: в 2013-14 учебном году студентов-вечерников стало на 17,6% меньше, чем в 2012-13, а падение числа учащихся вечерних отделений за последние 5 лет составило целых 40,6% (примерно 134 тыс. человек). Экстернат за последние два года потерял почти 22% студентов. Еще в 2012-13 учебном году получали образование экстерном 70 тыс. человек, в 2014 году их осталось менее 55 тысяч.

Относительно стабильным остается количество учебных заведений среднего профессионального образования. С 2012-13 учебного года их число упало с 2 981 до 2 703 организаций. Но подобные скачки бывали и раньше: так в 2010-11 учебном году насчитывалось всего 2 850 техникумов, училищ и колледжей, но позже их количество возросло. Впрочем, недостатка в студентах учреждения среднепрофессионального образования также не испытывают: с 2012-13 учебного года число студентов очных отделений

учреждений СПО упало всего на 3,2%. На фоне стремительного снижения числа студентов вузов эти цифры кажутся совсем незначительными. И в государственных, и в частных колледжах и техникумах преобладают студенты, выбравшие для себя очную форму обучения.

Что касается регионального распределения вузов, в этом отношении лидирует Центральный федеральный округ, затем идут Северо-Западный и Южный федеральные округа. В Центральном регионе, помимо Москвы и Московской области, много вузов сконцентрировано в Тверской и Калужской области. В Северо-Западном регионе городами-лидерами по количеству высших учебных заведений являются Санкт-Петербург и Ленинградская область, а так же Архангельская и Мурманская области. В Южном федеральном округе наибольшее количество вузов расположено в Краснодарском крае, вслед за ним идут Ростовская область и Ставропольский край. Меньше всего ВУЗов – в Сибирском и Дальневосточном федеральном округах.

Среди государственных высших учебных заведений, преобладают университеты с технической и технологической направленностью – их количество составляет 18% от общего числа вузов. Чуть менее распространены вузы, где студенты получают знания в области экономики, права и социальной сферы (15%) и педагогические и лингвистические вузы (12%). Меньше всего в нашей стране насчитывается высших учебных заведений физической культуры – около 2%.

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Таблица №3 Герои публикаций

Герои публикаций:	Количество Публикаций:	Доля %:
Школьники	42	11,7
Студенты	214	59,7
Рабочая молодежь	102	28,4
Итого:	358	100%