

ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
АКАДЕМИЯ НАУК
РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ РОССИИ

***Молодежь
и современные СМИ***

Сборник научных материалов

Воронеж 2018

Печатается по решению Ученого совета
факультета журналистики ВГУ

Составитель:
доктор филологических наук В. В. Тулупов

Молодежь и современные СМИ. – Воронеж : Факультет
журналистики ВГУ, 2018. – 80 с.

В сборнике представлены научные материалы секции «Молодежь и современные СМИ» Митрофаньевских чтений, проходящих в рамках XXVII Международных Рождественских образовательных чтений «Молодежь: свобода и ответственность».

©Факультет журналистики
Воронежского
государственного
университета
2018

Деловая журналистика как фактор экономической социализации молодежи

*Вера Антонова,
Алена Филиппова,
Саранск*

Типологическая картина средств массовой информации на современном российском рынке разнообразна и сложна – это система полифоничных типов и подтипов периодических визуальных, аудиальных, графических, электронных (в данном случае) изданий. Как известно, к типоформирующим факторам любого СМИ относят учредителя (издателя), целевую установку и аудиторию. Кроме того, все виды изданий дифференцируются по типологическим признакам: «количественной вертикали» и «качественной горизонтали» [1, с. 39]. «Вертикаль» – региональный признак – предполагает систематизацию определенного СМИ по масштабу распространения; «горизонталь» – проблемно-тематический признак – дифференцирует конкретное средство массовой коммуникации по содержательно-тематическим критериям: национальный, профессиональный, деловой, рекреативный, информационно-когнитивный, пенитенциарный и т. д.

Деловая журналистика в привычном для всех понимании – качественные СМИ, ориентированные на диверсифицированные группы предпринимателей и аналитиков. Их корреспонденты стремятся получить потенциальную информацию о способах правильного ведения бизнеса, о тенденциях рынка, его верификации и пр. Однако подобное определение вполне условно: современное медиапространство освобождается от рамок канонизированных бизнес-изданий, движется по пути модернизации. Основная задача «новой деловой журналистики» – быть более доступной широкой аудитории, которая заинтересована в легкой, полифоничной подаче социально-экономических новостей. По мнению американского исследователя Конрада С. Финка, журналист пишет для двух типов целевой аудитории:

– «читатели-неспециалисты (“просматриватели” и “прослушиватели”)). Для этой аудитории журналист должен служить лишь “транслятором” информации, отсеивая и сортируя данные, используя термины, понятные и неспециалисту;

– эксперты. Им не требуется объяснений, которые всегда предлагаются обычным читателям первых полос» [2, с. 9].

Обращаясь к первому типу читателей, необходимо отметить, что журналы «бизнес-прессы» имеют читателей не только в тех кругах, которым прямо предназначены, их поддерживают не только кошельки заказчиков, но и неподдельный общественный интерес. В таком случае главным представителем «живого интереса» является молодежь, чьи интересы сосредоточены вокруг *glance*-журналистики (с английского *glance* переводится как «взгляд», а сам термин означает «журналистика быстрого взгляда»), стремящейся одновременно передавать нужную информацию своему пользователю.

В современной ситуации большой интерес у молодежной аудитории вызывает деловое онлайн-издание Inc. Это издание-аналог знаменитого американского журнала о бизнесе. Специфика работы его учредителей строится на текстах, рассказывающих о том, как открыть свое дело, разобраться в особенностях рынка и грамотно использовать «лайфхаки» для привлечения живой аудитории. Специфика онлайн-делового журнала заключается в том, что он прежде всего, рассчитан не только на специализированную «экономическую», но и на менее просвещенную публику. Редакторы привлекают к себе молодежную аудиторию тем, что создают современные динамичные тексты, представляют информационно-новостные факты, «завернутые в оболочку» современной «риторической» интерпретации, в доступном варианте. Причем данная своеобразная «риторика» в медийных деловых текстах издания ежедневно трансформируется: от статичных «канцелярских» заголовков журналисты, двигаясь по пути Digital-глобализации, берут свой творческий вектор на «кричащий», эмоциональный стиль медийных текстов. Например, публикация от 28 сентября 2018 г. полна экспрессии: «Тяжелый люкс: деревянные сумки BU Wood, которые

Ксения Собчак продвигает по любви, а арабские принцессы покупают очень дорого». Оформляя тексты по принципу «градационной» волны, редакторы делают ставку на эмоции прежде всего читателей молодого поколения: «654 Company: как превратить детские фантазии в бизнес на комиксах, все потерять, пере придумать и запустить магазин для гиков».

Создатели данной технологии грамотно выстроили способ подачи не только текстов, но и рубрик, которые представлены в следующих вариантах названий: «Взлететь» (в данном случае собраны истории людей, сумевших быстро вырваться вперед в гонке стартапов), «Разобраться» (специальные материалы в виде подборок о тенденциях рынка), «Придумать» (интервью с интересными предпринимателями и аналитиками), «Новости» и др.

Можно констатировать, что деловой журнал, отвечающий подобным требованиям, будет служить индикатором социализации подрастающего поколения в современном медиапространстве. Выполняя информационный заказ целевой аудитории, бизнес-издание старается разнообразить предлагаемый контент не только интересными фактами, но и своей экспрессивной подачей. При этом уровень респектабельности подобных изданий не изменяется: предприниматели продолжают обращаться к данному типу прессы наравне с обывателями (например, по результатам исследования, проведенного компанией «Гэллап» (TNS Gallup), социальный статус читателей русской версии журнала «Форбс» выглядит следующим образом: руководителей – около 33 %, специалистов – 27 %, служащих и студентов – по 10 %. При этом подмечено, что студенческий сегмент по мере взросления и карьерного роста будет постепенно вытеснять менеджеров и топ-менеджеров, занимая их целевую нишу).

Заданная современными деловыми СМИ тенденция омоложения аудитории позволяет констатировать, что в современном медиапространстве феномен деловой журналистики интересен тем, что молодежь, отходя от рекреативных СМИ, избирает для осмысления деловую – качественную элитарную прессу, требующую как аналитического осмысления, так и наличия науч-

ного, социально-экономического потенциала аудитории, что в итоге способствует становлению нового человека новой эпохи гражданского общества.

Список литературы

1. Антонова В. И. Типология средств массовой информации / В. И. Антонова. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2009.
2. Fink C. Bottom line writing: Reporting the sense of dollars / C. Fink. – Ames, IA : Iowa State University Press, 2003.

Роль социальных сетей в жизни молодежи

*Ольга Зыкова,
Кристина Бондаренко,
п. Ольховатка Воронежской области*

Еще недавно все знания мы получали в основном с помощью книг и прессы. Социализация детей проходила в привычных условиях: среди сверстников, в кругу семьи, а также в учебных заведениях, кино, театре, на кружках, в магазине и на улице. Сейчас, в век интернета и соцсетей, обычным общением детей стала переписка. Эмоции выражаются смайлами, возмущение – капсом. Чем же грозит такая социализация? И есть ли плюсы в этом виде общения?

Навыки живого общения люди могут отработать только в реальной жизни, а социальные сети и активная виртуальная жизнь ставит ребенка в ситуацию, когда эти навыки не используются и, как следствие, не развиваются и атрофируются [1, с. 43]. Проблемы социализации, неумение устанавливать межличностные отношения со взрослыми и сверстниками, отсутствие реальных друзей при частом посещении странички в социальной сети никуда не исчезают, а просто становятся менее заметными для ребенка. Ребенок не видит проблемы, а это еще больше усугубляет ситуацию. К последствиям интернет-общения можно отнести безграмотность детей и молодежи. Да, автоисправление слов было предназначено для борьбы с этой проблемой, но на деле оказалось иначе. Подросток не учитывает правильного написания слова, он сохраняет «свое», с ошибкой. А уж о пунктуации и речи не идет, ведь поставить «лишнюю» запятую – потратить такое драгоценное время.

Главной же проблемой замены живого общения на переписку стало неумение общаться. Современный подросток вытесняет реальное общение виртуальным, утрачивая способность поддерживать разговор при общении с глазу на глаз. Сегодня у психологов возникает сомнение в том, умеем ли мы общаться. Общение в виртуальном режиме подразумевает несоблюдение правил грамматики и пунктуации, составление максимально

простых предложений, использование чрезвычайно бедного словарного запаса, замену эмоций смайликами – все это негативно отражается на реальном общении [2, с. 58]. Часты случаи, когда интересный, смелый и веселый человек в Сети оказывается скромным, тихим и замкнутым в жизни. Но минус ли это?

Кроме отрицательного воздействия виртуального общения на молодежь и детей, необходимо отметить и его положительные стороны. Подросток, не пользующийся популярностью в школе, спокойно может найти себе друзей не только из соседнего села или города, но даже из другой страны. И здесь мы уже подходим ко второму плюсу соцсетей – возможности обучаться. Вы бы хотели поговорить с другом из Америки на его родном языке? Понимать, что он вам пишет, не с помощью переводчика, который переводит отдельные слова, не всегда связывая их в тот смысл, который заложен? Многие подростки начинают заниматься самообразованием именно по этой причине. То есть то, что не может сделать учитель – дать ребенку необходимую мотивацию, может сделать социальная сеть.

Если мы говорим о «зависании» в соцсетях, почему-то всегда имеем в виду только общение, но ведь в мире царствует эпоха развития интернета, как и различных приложений и техники. Сейчас зайти в тот же «ВКонтакте» или «Инстаграм» вовсе не значит погрузиться в ничего не значащую переписку. Молодежь отмечает, что в соцсетях привлекает также музыка, видео, интересные цитаты и познавательные вещи. Главное – выбрать нужное и полезное. Здесь можно найти любой рецепт, создать плей-лист под свое настроение, почитать советы по выбору автомобиля, его ремонту, по починке одежды, узнавать, что сейчас в моде и что советуют психологи практически по любому поводу. А это, безусловно, развитие! К тому же, развитие не принужденное, а по собственному выбору. И свое хобби подросток тоже может выбрать, изучив различные группы по интересам.

Но как же совместные вылазки на природу или сплав на байдарках по реке? И об этом тоже увлекающиеся ребята могут договориться посредством социальных сетей!

В СМИ важно освещать эту актуальную тему. В районной газете «Ольховатский вестник» о роли социальных сетей в жизни молодежи было несколько публикаций, где плюсы и минусы виртуального общения комментировали психологи, педагоги, родители и сами молодые пользователи сети Интернет.

29 СЕНТЯБРЯ – ДЕНЬ ИНТЕРНЕТА

Как подключить интернет и что хорошего сулит эта сеть

Интернет давно перестал быть новинкой. Им пользуются как дети, так и взрослые и даже пожилые люди. Мы решили узнать мнение охотателей о плюсах и минусах интернета. А еще мы рассказали, где нет связи даже для звонка. А также мы расскажем, как можно подключить интернет в никуда.

Детство и юность Валентины ПЕСТЕРОВОЙ пришлись – безынтернетное – время. Женщина не считает, что в интернете есть только плохое.

– В интернете есть свои плюсы и свои минусы, – отметила Валентина. – Некоторые суждения заискус, в основном это молодёжь. Так в детстве домой было не ходить, а нынешним детям скучно без интернета.

Современный молодой человек интернет тоже нужен, но в достаточной мере он должен уметь общаться и в реальной жизни.

— Нам скучать было некуда, ведь столько игр было. И мы даже без интернета и мобильных телефонов могли проводить время с друзьями, — вспоминал Валентин.

— Для меня до сих пор компьютерная игра — это удивительно. А вообще, интернет полезная штука. Особенно с сегодняшней школьной программой, ведь там есть ответы на все вопросы. Так что можно сразу найти выход — все должно быть сразу. Даже интернет.

Ирина ШЕВЧЕНКО 23 года
сейчас студентка тоже не водителю во дворе с друзьями.

— Мы почти не сидели до Догосиана, притяги, футбол — что только мы играли, — подала голос Ирина. — Мы даже ссылались, собирались все вместе у Юры-То, Юры-То.

Компьютер появился у Ирины давно, а вот интернетом она стала пользоваться уже в университете.

[illegible]

Надежда ХМЫЗ родилась в 1960 году, и она не так оптимистично относится к интернету.

КАК ПОДКЛЮЧИТЬ ИНТЕРНЕТ

– Интернет бывает проводным и беспроводным. Для того чтобы подключить проводной интернет, нужно абонентская линия. Но даже ее наличие не гарантирует, что будет хороший интернет, – рассказывает телеком-эксперт **Светлана**

ЖИРЕНКО. — На его работу влияет состояние этой линии, а также расписание от АТС (автоматический телефонной станции) до дома пользователя.

Чтобы подключить беспроводной интернет, можно обратиться не к нему. Это можно сделать самостоятельно. Для этого необходимы модем и симкарта, а если наличие сигнала плохое (в основном, это удаленные населенные пункты), то можно установить antenna.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ПРИ ПОДКЛЮЧЕНИИ ПРОВОДНОГО ИНТЕРНЕТА

-  **1** Вы пишете заявление
-  **2** Специалисты проверяют тех.возможности
-  **3** Оформляете документы на установку
-  **4** Установка интернета

Проблемная связь

Беспроводной интернет темн можно подключить не во всех селах. Точнее, подключить-то можно, а вот будет ли он работать, неизвестно, так как даже позвонить во многих населенных пунктах нашего района не так-то просто. Мы попросили ольгачевцев написать свое мнение о качестве связи в их поселениях.

Галина БАДЫШЕВА (ПАНИНА):
— Да зачем далеко ходить? Возьмите Большие Базы. Как поставили науку-то вышлоazole шло, так интернет выскет магическо.

Илона ФЕДОРЕНКО:
— В хуторе Ямдаров мало того, что связь плохая, так еще и роуминг от Белгорода ловит. Приедешь, раз позвонишь, и денег как не бывало на счету.

Карина ЕРЕМИНА
(ШЕВЧЕНКО):

- В хуторе Неводмитриевка очень плохая связь, там до сих пор елгоградская связь, интернет вообще никакого нет, никаких. Очень бы хотелось, чтобы

Марина ШОЛОХОВА
(ЩЕЛОТКИНА):

а в поселке только один оператор, но на качество связи у нас это не влияет. Мало того, что мы сейчас в роуминге из-за белгородской вынужденной остановки постоянно прерываемся, так еще и приходится по телефону бегать по дому, подносить телефон к уху, чтобы не пропустить звук. Про универсальность молчу. Только в центре раз летит 3G и 4G. Сто раз уже никакого результата.

**Елена РЕВИНА
(БЕЛУСОВА)**
ответила Марине:
— Такая же ерунда и
вокалщицкине, Новокар
Карлшцикине. Прееда, в р
поларам, но все время продвиг

Лилия:
— Ужасная связь операторов по всей стране, особенно стало это заметно после того, как уст

Надежда КАЧАЛКИНА:
—У нас в хуторе Др
связи вообще никакой
интернета тоже нет. Д
кал там связь? Про нас
забыли.

Наталья Ч.
СКРЮЧНО
— 8 Дрозд
— огромнейша
куда только н
видно никем
своими проб

ЕЛЕНА:
— Нікау в
ро. У мене дві
інтернета на
одном месте,
но технік отор

Любовь ГОРБАНИ
— Связь
третня постоянно, неволе-
Надо бежать на улицу за
пропадет.

АСОВА
 дозволились
 робити. Уне
 разціли, да
 не жувати со
 ми.

оне элевато-
и оператор, но
одит только в
на телефо-
елыкая. Бега-

соедине-
ния канале-тр
ые установле-

«Затянет ли всемирная паутина» - № 72 от 29.09.2017 г.



Текст и фото
Кристины БОНДАРЕНКО

К чему приводит виртуальное общение

Истории ольховатских девушек о том, как складываются отношения в интернете, что бывает при личной встрече, а также опасности всемирной сети

«Интернетная» любовь

ВИКТОРИЯ оживляет мистратуру в вузе, она замужем и воспитывает ребенка. Но буквально десять лет назад девушка часами сидела в интернете, общалась с новыми людьми, даже строила отношения с парнями.

— В 15 лет у меня появился телефон с интернетом, — рассказывает Виктория. — Я была настолько обаяма, и сразу началась любовь. Тогда и была моя романтическая натура, мечтала о границе и старательно искала его в каждом друге.

Через некоторое время общения в аське Вика познакомилась с мальчиком издалека. Знакомство перешло во влюбленность.

— Мы общались и днем, и ночью, — поделилась девушка. — Помню, мама отбирала у меня телефон, ругалась, но все было безобидно. Я была уверена, что это любовь на всю жизнь. Мы планировали встречу, мечтали даже о свадьбе. Такая глупая была, смею не исподличать.

Со временем «интернетная» любовь поутихла. Вика поступила в университет, познакомилась с новыми людьми, и интерес к парню из аськи пропал.



Виртуальное общение обычно вызывает больше эмоций, чем реальное

Первая/последняя встреча

У Ларисы первая свидание пришло к семье в будущем, а вот Инна считает, что ей так точно не повезет. И для того момента у девушки есть причины.

— Я постоянно на работе или дома, куда то спешить, кому укрывать ревер, а потому предпочитаю знакомиться в интернете, — рассказывает **ИННА**. — Обычно это происходит по одному сценарию. Я знакомлюсь с мужчиной, мы нежного общаемся, вроде интересны друг другу и все черт к реальному общению. Но после первой встречи мы перестаем общаться. Иногда сразу, иногда постепенно.

Второй встречи еще ни разу не было. Инну расстраивает такое положение вещей, она не может считать себя некрасивой, неинтересной, глупой. Самоощущая у девушки, как она думает, далекая от идеала, но после нескольких неудачных встреч уверена в себе провалит.

— Не знаю, в чем дело, может, люди привирают в интернете, становятся кажутся лучше, чем есть, — сказала Инна. — А при встрече оказывается все мнимой и недостаточной. Но не все же люди такие! Я надеюсь, что со временем найду своего человека, близкого мне по духу, а пока стараюсь поднимать свое самощущение, приписывая к комплиментам критику к другим.

ТАТЬЯНА согласна, что в интернете человек старается укрывать себя лучше, чем он есть на самом деле. Ольховатская девушка познакомилась с парнем, стала с ним общаться, но при встрече разочаровалась.

В переписке он выглядел джентльменом, воспитанным, как в прошлом веке, — поделилась Татьяна. — А при встрече даже первое впечатление в голове не осталось. Согласна, но это не огромная проблема, но у нее предвзвешенный взгляд, а он оказался поруган другим человеком. Больше я в парня в интернете не знакомилась.

Чем опасно виртуальное общение

Во всемирной паутине встречается немало опасностей. Кроме мошенников, вирусов и тому подобного, в сети встречается и «опытные» люди, общение с которыми может стать угрозой.

ЮЛИЯ лично не была в таких ситуациях, но ее мама пользовалась на опытке знакомкам.

— Одно время мама часто сидела в «Одноклассниках», она общалась там с подругами, смотрела фото родственников старых знакомых. Однажды ей написал незнакомец, мама отреагировала на знакомство. Мама ответила, что она замужем, общается с другими людьми, но ее мама пользовалась на опытке знакомкам.

Мама, к счастью, не раскулачилась, в сети встречается и «опытные» люди, общение с которыми может стать угрозой.

Юлия стала беспокоиться о моральном состоянии мамы. Девушка также боялась, что угрозы мужчины станут реальными.

— Я решила, что лучший выход из этой ситуации — завести маме новую страничку в «Одноклассниках». После этого подробных случаев пока не было. Надеюсь, и не будет.

КОММЕНТАРИЙ ПСИХОЛОГА

Марина ПАНГОВА:

— При общении в интернете есть как плюсы, так и минусы.

Иными причинами нездоровости в реальной жизни.

6. Саморазвитие и развитие себя, сильных качеств в виртуальном общении.

7. Развитие навыков общения, больше уверенности в себе и целом.

Минусы виртуального общения:

1. В том случае если общение ради общения и ущемляет自尊心 в реальной жизни.

2. Отсутствие неэмоциональной коммуникации — при помощи текста, эмоций и т.д., что мешает общению и дает повод неумолимо воспринимать собеседника, переключать или недоверия.

3. Вероятность пострадать от спама, мошенничества, влезания в доверие с целью дальнейшего денежного обогащения.

4. Виртуальное общение обманчиво по сравнению с реальным.

5. Возможность реализации негативных качеств личности, проявление роли, переживания эмоций, по тем или иным причинам нездоровости в реальной жизни.

Плюсы виртуального общения:

1. Добродетель невинности и откровенности.

2. Возможность превратить общение в любой момент.

3. Общение виртуального общения легче исправить, особенно пока оно не перешло в отношения в реальности.

4. Более широкий круг общения — возможность найти собеседника по душе или партнера для создания серьезных отношений. Такого, которого нет поблизости в реальности или начать общаться с ним постепенно.

5. Возможность реализации негативных качеств личности, проявление роли, переживания эмоций, по тем или иным причинам нездоровости в реальной жизни.

ОПАСНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

1. ВРЕДНОСНЫЕ ПРОГРАММЫ

— Вирусы, червяки, «троянские кони», шпионские программы. Если могут нанести вред компьютеру и хранящиеся в нем информации, — рассказывает психолог Ольга Дмитриевна

— Установите антивирусные программы и почтовые фильтры. Не открывайте вложения, присланные с неизвестных адресов, не нажимайте на вставки информации. Регулярно проверяйте компьютер на вирусы и регулярно резервное копирование данных. Времени от времени меняйте пароли от электронной почты и профилей в социальных сетях.

2. КИБЕРМОШЕННИЧЕСТВО

Интернет-мошенники могут использовать вашу личную информацию (номер банковских счетов, паспортные данные, коды, пароли и т.д.) для кражи денежных средств.

— Расскажите детям и подросткам о мошенничестве в интернете. Не оставляйте в доступе банковские карты и платежные данные. Если произошло хищение информации, поставьте в известность свой банк, сообщите в полицию и разблокируйте счета. Сохраните все электронные свидетельства совершения действий в операции, оперативно звоните.

3. КИБЕРБУЛЛИНГ

Травля в сети, или кибербуллинг, — сообщения, оскорбления, угрозы, унижения, оскорбления. Страницы жертвы могут заблокировать (или создать поддельную на ее имя) и разместят в ней лживый и унизительный контент. Если не получается решить проблему мирным путем, может быть, стоит подумать о смене адреса, отхода со своего имени. Лучший способ изобрести хитрый выход — игнорировать его. Простите на всех форумах и сайтах возможность использовать хитрый выход — игнорировать его. Простите на всех форумах и сайтах возможность использовать хитрый выход — игнорировать его.

4. КИБЕРТРАФИК

Восхищение в интернете и реальный мир — это использование его в социальных сетях. Мошенники часто хорошо знают особенности виртуального общения и используют их в своих целях. Не легко можно установить с кем контакт в социальных сетях, форумах. Научитесь виртуальному общению и заведите своего ребенка, присутствия предостережет подруги, а потом постепенно перейдет к разговору с реальными людьми и передаст тему общения в реальный мир.

А есть ли будущее?

Не всегда виртуальные знакомства заканчиваются успехом. Бывают случаи, когда любовь по интернету становится настоящей, искренней любовью. Иногда так и случается у Ларисы.

— Пять лет назад я познакомилась со своим будущим мужем. Я познакомилась с ним в интернете, — призналась **ЛАРИСА**. — Я бы не знала, что не поверю, что такое знакомство может привести к свадьбе и ребенку, но факт остается фактом. Мой любимый муж оказался таким же, как и был в интернете: искренним, добрым, заботливым.

Перед первой реальной встречей Лариса, по ее словам, подарила парню подарок. Девушка вспоминала, но убеждала себя, что знакомство в интернете это глупости, несерьезно.

— Я заранее была настроена не очень позитивно, — призналась девушка. — Я была уверена, что эта встреча станет первой и последней. Думаю, что я ему не понравилась, но он оказался тем парнем, каким я его успела узнать. Но мои страхи и убеждения развеялись уже через десять минут живого общения. Уже почти пять лет прошло с той встречи, но никаких отношений мы оба не считали даль, когда он мне только написал. Ведь тогда все и началось.

Рисунок №2

«К чему приводит виртуальное общение» - № 74 от 06.10.2017 г.

Список литературы

1. Солдатова Г. Пойманные одной сетью // Представлений детей и взрослых об интернете / Г. Солдатова, Е. Зотова и др. – М. : МГУ. 2011. – С. 36–43.
2. Ярцев Д. В. Особенности социализации современного подростка / Д. В. Ярцев // Вопросы психологии. – 2003. – № 6. – С. 54–58.

Как привлечь молодежь местными новостями

*Наталья Иванова,
с. Верхний Мамон Воронежской области*

«Донская новь» уже почти 90 лет освещает жизнь Верхнемамонского района: рассказывает о наиболее интересных и важных событиях, о сельских тружениках, настоящих и прошлых достижениях селян. На вопросы жителей отвечают местные власти и специалисты различных отраслей; читатели делятся опытом и своими житейскими историями; поднимаются в газете также проблемы, связанные с благоустройством, коммунальным хозяйством, безопасностью.

Большое внимание «ДН» уделяет патриотической тематике. На территории Верхнемамонского района было немало исторически важных событий. Одно из них относится ко времени Великой Отечественной войны. Здесь 16-30 декабря 1942 г. войсками Юго-Западного и Воронежского фронтов была успешно проведена Среднедонская наступательная операция «Малый Сатурн», которую историки считают частью Сталинградской битвы. В районе живут очевидцы этих событий, а также родственники героев «Малого Сатурна». Газета публикует их истории, а также рассказы о подвиге верхнемамонских воинов, тружениках тыла, детях войны.

Особое внимание газета уделяет молодежи. Чтобы вызвать интерес у подрастающего поколения к поднимаемым газетой темам, журналисты «районки» стараются использовать разные инструменты. Прежде всего, это разноплановые публикации в газете, которые условно можно разделить на три группы: о молодежи, для молодежи и с участием молодежи.

Первая группа материалов рассказывает о жизни школьников и дошколят, работе кружков и секций дополнительного образования, спортивных и других достижениях юных верхнемамонцев, военно-патриотических клубах. Это фотографии детей, рассказы об активных участниках (как они достигли тех или иных результатов, что нового они сделали, придумали, чем выделились). Пишем о том, где и как учатся выпускники

верхнемамонских школ, как определяются с выбором будущей профессии. Особое внимание уделяем людям, которые выбрали работу на селе, вернулись на свою малую родину.

Публикации **для молодежи**, помимо вышеперечисленного, включают разъяснения специалистов, работников образования об определенных моментах обучения и сдачи экзаменов, работе школ, кружков и секций. Периодически мы размещаем материалы о безопасности детей в автотранспорте, на дороге и улице, материалы по пропаганде здорового образа жизни. В газете есть специальные страницы для совсем маленьких детей – тематическая полоса «Солнышко». Особое внимание – дизайну газеты, чтобы публикации были яркими и привлекательными, с иллюстрациями и понятной инфографикой.

К публикациям **с участием молодежи** мы условно отнесли все наши акции и совместные проекты, в которых молодое поколение принимает активное участие. Акции разной направленности газета проводит регулярно.

Экология и взаимопомощь. Совместно с редакцией газеты ребята участвовали в расчистке берегов рек и озер от мусора (акция «Чистый берег»). Каждую весну и осень они организуют экологические отряды по расчистке территорий сельских поселений. Дети помогают чистить снег и наводить порядок в домах ветеранов и пожилых людей.

Редакция газеты и оплотовцы очистили родник



Спорт. Помимо освещения спортивной жизни района уже более 30 лет газета совместно с ДЮСШ проводит «Кросс на приз “Донской нови”». Участники кросса – ученики 6-11 классов – за лучший результат забега получают памятные подарки и подписку на газету.

А ПО ФУТБОЛУ



Игроки ФК ДЮСШ первыми оставили своё пожелание российской сборной на мяче в редакции. Слева направо — Алексей Почечуев, Денис Фетисов, Александр Торопчин, Максим Зарубин, Кирилл Ушаков, Сергей Березуцких

Мировая подача

Молодежь также активно принимала участие в организованном газетой проекте «К чемпионату мира по футболу». В нем мы рассказывали об истории районного футбола, о лучших районных командах, начиная с 60-х годов прошлого столетия, о прошлых и нынешних футболистах и футбольных болельщиках, а также о том, как события мирового чемпионата отразились на жизни верхнемамонцев. Мы организовали Кубок по футболу среди команд района, на котором провели викторину среди молодых болельщиков на знание истории футбола.

Забота о животных. Большой интерес у молодежи вызвала акция «В добрые руки». В ней все желающие могли разместить в группу «ДН» в социальных сетях фотографию своего домашнего питомца или бездомного животного, которых хотели бы

пристроить. Те, кому был нужен четвероногий друг, также могли найти его в этой группе. Молодежь включилась активно в акцию, более 20 питомцев нашли своих хозяев.



Патриотизм. Только за последний год «Донская новь» реализовала два проекта с участием молодежи. В конце 2017 года в районе отмечали 75-летие «Малого Сатурна». Этому событию журналисты посвятили военно-патриотический проект «К 75-летию «Малого Сатурна», в котором участвовали ученики всех школ района. Особую роль мы отвели верхнеаманским кадетам, организовав акцию «Маршрут памяти». Курсанты казачьего кадетского корпуса имени Матвея Платова прошли по местам воинской славы района. На каждой «станции» они участвовали в определенном патриотическом мероприятии. На станции № 1 – «Вечная слава героям» – кадеты побывали в селе Дерезовка у памятника Герою Советского Союза Василию Прокатову. Станция № 2 «На братских могилах не ставят крестов» была приурочена ко Дню Неизвестного солдата: кадеты прошли по улицам села Гороховка и посетили братскую могилу. Совершили исторический экскурс и узнали имена Героев Советского Союза, которыми названы улицы в селах Верхнеаманского района, кадеты на станции № 3 «Их именами названы улицы». В завершение проекта на станции № 4 «Незабытая высота 191.0» ребята поучаствовали в военно-тактической игре с элементами реконструкции Среднедонской операции «Малый

Сатурн». Помимо этого, все школьники писали сочинения о событиях военного времени в своих селах. Отрывки лучших сочинений мы опубликовали на страницах газеты.

«Полевая почта» рассказала о Победе



В районе подвели итоги акции «Напиши письмо ветерану»



Алексей Клипачёв рассказал юнармейцам Илье Михайлову, Ирине Воронцовой и Полине Боровиковой (слева направо) о своём боевом пути

Акцию «Напиши письмо ветерану» мы приурочили ко Дню Победы. Основной целью акции стало патриотическое воспитание подрастающего поколения, сохранение памяти о подвиге советских солдат. Школьники писали письма, а юные верхне-мамонцы рисовали рисунки ветеранам ВОВ, вдовам ветеранов, труженикам тыла, детям войны со словами признания и благодарности за Победу, вкладывали их в конверт и передавали в редакцию «Донской нови» либо в библиотеки района. Затем все собранные письма вручили адресатам: дети ходили по домам ветеранов, вместе с письмами дарили цветы, показывали номера художественной самодеятельности. Акция получила

своё продолжение. Откликнулись сами ветераны. Они звонили и писали в газету, благодарили ребят, которые не забывают их и подвиг советского народа.

Без выхода на интернет-платформу работа современного печатного издания с молодежью вряд ли будет эффективной. У газеты «Донская новь» есть своя официальная группа в социальных сетях. В ней мы размещаем все районные и областные новости, а также публикуем фотографии с различных мероприятий, которые проходят в районе. Основная молодежная аудитория смотрит группу «ДН» в соцсети «ВКонтакте».

Здесь наша работа ведется в двух направлениях: привлечение молодежи к чтению газеты и повышение активности подписчиков.

Во всех новостях, которые мы публикуем в группе «ДН», мы пишем минимальный текст, ограничиваясь лишь короткими фактами, и размещаем большое количество фотографий, иллюстрирующих событие и людей, задействованных в нем. Чем больше лиц будет на фото, тем у большего количества людей вызовет интерес та или иная публикация и, возможно, в целом газетный номер. Чаще всего, когда о событии выходит газетный материал, мы делаем подпись, что подробности можно узнать в ближайшем номере «ДН».

В группе «ДН» мы стараемся регулярно (минимум две публикации в день) давать оперативную информацию о событиях в районе, поддерживаем обратную связь с подписчиками – своевременно отвечаем на вопросы и комментарии, помогаем решить возникающие у людей вопросы. Чтобы повысить активность молодежи в группе, мы также проводим различные фотоконкурсы по определенным темам с небольшими призами от районки. Также мы с периодичностью примерно раз в месяц проводим опросы подписчиков на определенные темы, результаты опросов размещаем в газете.

Чтобы поддерживать интерес к группе постоянно, мы каждое утро уже более года выставляем пожелание «Доброе утро, друзья!», обязательно с фотографией подписчика. Это может быть абсолютно любое фото – природа, люди, красивые места

и прочее – главное, чтобы оно было сделано либо жителем нашего района, либо в нашем районе. Фотографий для этой утренней рубрики приходит множество, тему чаще всего задают сами подписчики. Дополнительно в утреннее пожелание мы стали выкладывать фото «Угадай место», где журналисты размещают какие-либо фотографии известных в районе мест, снятых с необычного ракурса, а подписчики их отгадывают и комментируют. По этим комментариям часто рождаются материалы для газеты.

Стоит также отметить, что двери редакции районной газеты всегда открыты для ребят, которые мечтают быть журналистами и уже занимаются в кружках для журналистов, делают собственные газеты и сайты. Ежегодно в редакции «Донской нови» проходит встреча с юными журналистами, на которой мы рассказываем, как искать материалы для публикаций, брать интервью и фотографировать. Также периодически на страницах газеты размещаем публикации молодых авторов.

Действенность современных СМИ в оценках молодых журналистов

*Гульфия Кадырова,
Астрахань*

В современных условиях ускоренного развития медиапространства и изменения характера медиафункционирования важной представляется категория действенности журналистской деятельности [1, с. 305]. Эту проблему периодически затрагивают в своих выступлениях Союз журналистов России и его региональные отделения, известные публицисты и медиа-деятели.

Актуальность данной темы обозначила возможность проведения опроса, в котором фокус-группой выступили студенты-журналисты. Опрос был организован с целью понять, нацелены ли они в будущей своей профессиональной деятельности на действенность журналистского выступления и могут ли они наблюдать и фиксировать ее в современном медиапространстве. Студенты-журналисты выступают в данном опросе в качестве своеобразных экспертов, так как они непосредственно изучали категориальную сущность действенности в рамках теоретических дисциплин направления «Журналистика» и обладают большим опытом читателя (зрителя, слушателя), могут критически сравнивать и отмечать определенные тенденции в проявлении действенности.

Выборка для опроса была представлена студентами, обучающимися по направлению «Журналистика» на бакалавриате и магистратуре Астраханского государственного университета. Студентам-журналистам было предложено 10 вопросов, но они характеризовались не практическим опытом, а больше проверкой усвоения теоретических знаний о действенности журналистского выступления и оценкой их медийно-критического взгляда. Кроме этого, в конце опроса у респондентов уточнялось, какой вид СМИ (пресса, радио, телевидение, интернет-СМИ) им более импонирует. Ответ на этот вопрос позволил понять, в каком направлении планируют строить свою карьеру начинающие жур-

налисты и, соответственно, приближенно к какой сфере критически рассматривается действенность медиавыступления в их ответах. В данном случае сразу стоит отметить, что предпочтение респондентов отдается преимущественно интернет-СМИ. К видам СМИ с возможной более высокой действенностью респонденты отнесли телевидение и интернет-издания.

Итак, с понятием действенности журналистских выступлений студенты-журналисты чаще связывают такие определения, как: расследование, репортаж, результативность, репутация, социальная значимость, *активность позиции, аудитория, обращение в прямом эфире, открытая пресс-конференция*. Данные понятия позволяют говорить больше об ассоциативном ряде, но не о конкретном смысловом наполнении исследуемого определения.

Все опрошенные отметили, что современному журналисту важно учитывать в своей работе критерий действенности медиавыступления: «от действенности зависит реакция аудитории и ее численность», «от этого зависит качество журналистского текста и степень его влияния на общество», «это напрямую влияет на заинтересованность аудитории и возможную обратную связь». Образ журналиста в сознании студентов иногда романтизируется: «Журналист – это, в первую очередь, борец за справедливость! Человек, который должен донести до аудитории правду, именно поэтому очень важно учитывать критерий действенности, потому что иначе он не сможет воздействовать на аудиторию и что-либо менять». При этом также было отмечено, что иногда этот критерий является второстепенным: «И да, и нет. С одной стороны, нужно учитывать степень воздействия своего выступления на публику. С другой стороны, современным журналистам важнее скорость исполнения своих задач, а не качество».

Студенты-журналисты в ходе своего обучения знакомятся как с современными медиатекстами, так и с опытом своих предшественников. Опрос позволил увидеть, могут ли начинающие журналисты проецировать современные медиавыступления на медиатексты знаменитых коллег предыдущих исторических эпох. С этой целью студентам был задан вопрос: «Какие знаменитые медиатексты, посвященные тем или иным событиям

/ имена журналистов, пройденные в ходе курсов истории отечественной и зарубежной журналистики, у Вас ассоциируются с понятием действенности журналистского выступления?» В ответах студенты смогли вспомнить Уотергейтский скандал из истории американской прессы, дело Дрейфуса из истории французской журналистики и знаменитый текст Э. Золя «Я обвиняю», журналистские тексты М. Твена, репортажи В. Гиляровского, газету Ж.-П. Марата «Друг народа», очерк А. Чехова «Остров Сахалин».

К медиавыступлениям современных российских СМИ респонденты отнесли интервью В. Познера, материалы «Новой газеты», интернет-издания «Медуза», медиатексты А. Венедиктова, К. Собчак. Таким образом, респонденты отметили наиболее резонансные и даже отчасти скандальные медиавыступления [2, с. 167]; опыт региональных журналистов показался студентам не столь ярким и действенным.

По мнению студентов-журналистов, среди наиболее успешных жанров, которые позволяют проявить действенность медиавыступления, следует выделить *журналистское расследование, проблемный репортаж, проблемный очерк, аналитический отчет, интервью, аналитическую статью*. Также было отмечено, что «наиболее действенными сейчас являются реали-ти-шоу» и «художественно-публицистические тексты, которые являются более эмоционально насыщенными и детализированными».

К проблемно-тематическим сферам медиапространства, отличающимся низкой действенностью критического выступления СМИ, респонденты отнесли *тему коррупции, сферы ЖКХ, образования, сельского хозяйства, экологическую проблематику, область межнациональных отношений*.

Важной частью исследования стали вопросы, посвященные тому, как журналист может планировать действенность своего выступления. Так, на вопрос «Каким образом журналист может повлиять на действенность своего медиавыступления?» студенты предложили такие варианты: *опорой на множество твердых фактов, мнения экспертов, статистику; четкой и ло-*

гичной системой аргументации; доступным языком и стилем изложения; экспрессией в выступлении; рассмотрением проблемы с разных точек зрения и подкреплением мнений компетентных специалистов освещаемой проблемной сферы. Кроме этого, было отмечено, что «немаловажным в медиавыступлении является *визуальное подкрепление*. Если материал носит аналитический характер, то можно воспользоваться какими-либо графиками; если журналист поднимает остросоциальные проблемы – возможна презентация фотоматериалов (может быть, даже неприемлемых)». Опора на дополнительные материалы является, по мнению респондентов, основой успешности медиавыступления: «Сейчас очень важно все свои слова доказывать какими-то дополнительными материалами, например, официальными документами / фотографиями / мнениями экспертов / видеороликами. Именно благодаря этому журналист может повлиять на действенность своего выступления».

Нацеленность на действенность журналистской деятельности, по мнению студентов, должна быть, в первую очередь, личной инициативой журналиста, а затем уже – программной установкой редакции. При этом многие отметили, что «личная инициатива не всегда приветствуется, зачастую наказуема и, как правило, никому не нужна». При этом в ответе на вопрос «В целях повышения действенности журналистского выступления допустимо ли нарушение этических принципов медиадеятельности в ходе освещения каких-либо критических ситуаций?» мнения респондентов разделились: от категоричного отрицания («Журналист всегда обязан знать и соблюдать профессиональную этику, иначе возникнут серьезные проблемы») до возможного послабления в этических принципах («В целях повышения действенности выступления, на мой взгляд, допускается нарушение этических принципов, так как в критической ситуации очень важно передать аудитории всю глубину и суть проблемы, а этически правильными методами сделать это иногда не представляется возможным»).

Проведенный опрос позволил обратить внимание на то, как начинающие журналисты рассматривают понятие действенно-

сти журналистской деятельности. Студенты-журналисты, осваивающие современное медиаобразование и отличающиеся тем, что они постоянно следят за отечественными и зарубежными медиатрендами, достаточно вольны в своих ответах. Так, они готовы нарушить профессионально-этические принципы, если это повлияет на действенность журналистского выступления; предлагают различные современные медийные механизмы, благодаря которым можно усилить текст; называют в качестве действенных жанров журналистское расследование, проблемный очерк, аналитический отчет. При этом студенческий опрос показал, что начинающие журналисты склонны к героизации образа журналиста как борца за справедливость.

Список литературы

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2011.

Кадырова Г. Х. Тенденции проявления действенности в современных журналистских выступлениях / Г. Х. Кадырова // Медиацтения СКФУ: материалы заочной междунар. науч.-практ. конф. (27 октября 2017 г.). – Ставрополь : СКФУ, 2017. – С. 165–170.

Вариативность информационной политики изданий для молодежи как фактор манипулирования

**Юлия Колеватова,
Йошкар-Ола**

Средства массовой информации могут деформировать поведение, нравственные ценности и социальные установки аудитории, и особенно – молодежи с ее недостаточно высоким уровнем самосознания и неустойчивой психикой. Современную молодежь не случайно называют «цифровым поколением», поскольку, по данным совместного исследования *Google* и *Ipsos*, 98 % российских юношей и девушек пользуется Интернетом ежедневно. Получают информацию о последних событиях из Интернета 36 % пользователей в возрасте 13–24 лет и 45 % пользователей в возрастной категории 25–34 года [1]. Каждый день мы получаем из СМИ информацию, которая на 70 % не подлежит проверке, и поэтому должны просто принимать такие новости на веру, формируя свое мнение из увиденного или услышанного. В итоге средства массовой информации и коммуникации формируют 80 % процентов личного мнения представителей современной молодёжи [2]. Сегодня, по мнению экспертов, обострилась проблема стереотипности мышления, высокого уровня внушаемости посредством тех шаблонов, которые заготовлены средствами массовой информации, готовности использовать эти шаблоны в реальном поведении.

Опрос почти ста жителей Йошкар-Олы в возрасте от 17 до 35 лет, среди которых были студенты и активное трудоспособное население, показал, что 49 % респондентов предпочитают получать информацию из интернет-издания «Медуза», 52 % – из «Росбалта», 23 % – из «Новой газеты» и 8 % – из *Newsru.com*. Мы проанализировали материалы, размещенные на первых двух интернет-площадках.

Специалисты выделяют три опасных направления информационной политики отечественных интернет-изданий, оказывающие негативное влияние на мировоззрение современной молодежи.

Первое направление связано с последовательной переориентацией молодежи с традиционного для России формирования положительного образа на западный образец, являющийся примером чуждых норм и принципов морали, провозглашающий культуру эгоизма и бездуховности [3, с.156]. Так, например, агентство «Росбалт» дискредитирует образ России в глазах молодежи и заявляет: «Чиновники не забывают напоминать россиянам, что они – нахлебники системы» [URL: https://vk.com/public34710108?w=wall-34710108_78715], «Правящий круг прячется за стеной подтасовок» [URL: https://vk.com/public34710108?w=wall-34710108_78695], «Налог на нищету» [URL: https://vk.com/public34710108?w=wall-34710108_78671]. Каждая публикация подводит к мысли о том, что в России неправильная система, поэтому молодое поколение должно отречься от достижений «поколения Z» [URL: https://vk.com/public34710108?w=wall-34710108_78562]. Вот типичные заголовки подобных материалов: «Что за идиоты управляют нашей страной?», «Низы не могут, верхи не хотят! Ох, доиграется власть!», «Власти, опуститесь с небес к народу», «Надо валить...».

Интернет-портал «Медуза» также дискредитирует образ страны и государства: «Навальный потребовал изъять у главы Росгвардии дачу» [URL: https://vk.com/meduzaproject?w=wall6982440_2412816]; «Власти передумали штрафовать сидящих на полу в московских аэропортах пассажиров» [URL: https://vk.com/meduzaproject?w=wall-76982440_2411772]; «Депутаты придумали, как брать налоги с самозанятых. Кому придётся платить и сколько?» [URL: https://vk.com/meduzaproject?w=wall-76982440_2411267]. Каждый из постов сопровождается не менее символическими комментариями: «Проблема России в скудоумии и терпильстве 80 % граждан», «Так и дышать скоро разрешат без согласия местной администрации. Оттепель, господи!» и т. п. Таким образом подготавливается внутривостановый конфликт: традиционный образ России сталкивается с тем, который создают журналисты интернет-изданий.

Ко второму направлению принадлежат угрозы, связанные с дестабилизацией социальной преемственности поколений, раз-

рывом между поколениями первого и второго порядка. Отчуждение общества от позитивного исторического опыта — одна из опасных особенностей построения информационных потоков в российских СМИ [3, с.156]. Так, например, новостная лента Newsru.com публикует материал о начале гонки вооружений между Россией и США [URL: https://www.newsru.com/russia/26oct2018/new_race.html], подчеркивая разрушение системы международных договоров и неуважение к историческому опыту Второй мировой войны (которая, по мнению издания, не стала уроком для обеих стран). Признаки расизма можно найти в материале под заголовком «Депутат Плетнева, во время ЧМ-2018 призывавшая женщин не спать с иностранцами, предложила запретить сайты знакомств» [URL: <https://www.newsru.com/russia/25oct2018/pletneva.html>], а также ограничение свободы выбора и самовыражения в информационной заметке «Глава семейного комитета призвала девочек-журналисток не ходить к депутатам с голыми пупками» [URL: <https://www.newsru.com/russia/07mar2018/pupki.html>].

Третье направление связано с расширением масштабов девиантного поведения молодых людей. В результате информационного воздействия общество сталкивается с такими явлениями среди молодежи, как ослабление способности к самоконтролю, активизация иррациональной сферы сознания. Данные социологических исследований, проведенных ИСПИ РАН, подтверждают наличие корреляционных связей между названными явлениями и возросшей интенсивностью информационных потоков соответствующего содержания в СМИ.

Список литературы

1. Бохонов Г. Ю. Влияние средств массовой информации на формирование молодёжи / Г. Ю. Бохонов. — URL: <http://referat-lib.ru/view/referat-journalism/75/74460.htm> (дата обращения: 05.11.2018).
2. Гольяпина А. Все о российской молодёжи в интернете / А. Гольяпина // Rusability.2017. — URL: <https://rusability.ru/infographics/vsyo-o-rossijskoj-molodyozhi-v-internete-infografika/> (дата обращения: 28.10.2018 г.)
3. Петров В. П. Информационная безопасность человека и общества / В. П. Петров, С. В. Петров. — Москва : ЭНАС, 2007.

Средства массовой информации как фактор формирования межэтнических отношений

*Людмила Коханова,
Юлия Черешнева,
Москва*

На данном этапе развития национальных отношений обществу как никогда необходим качественно новый уровень межэтнического взаимодействия. Это требует определенной смены векторов, прежде всего, этнической журналистики и включения в этот процесс всех средств массовой информации страны. Необходима целенаправленная подготовка профессиональных кадров на основании качественных программ по межэтнической журналистике. Это стало одной из причин проведения пилотного исследования «Межэтническая культура журналиста в условиях цифровизации», осуществленного авторами данной статьи. В нем принимало участие 148 студентов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

В определенной степени целенаправленное обучение позволит в какой-то мере уберечь специалиста, тем более молодого, от многих обвинений в свой адрес и адрес издания, разрабатывающего как этническую, так и межэтническую тематику. Корректировка термина неслучайна, так как капсульное развитие медиакультур не способствует формированию межэтнической культуры, культуры жить вместе с одной стране, формированию идентичности гражданина России. Это означает, что на основе межэтнической тематики необходимо формирование толерантности – терпимости к другим в условиях цифрового общества: я уважаю свою культуру и вместе с тем принимаю культуру другого, непохожего на меня.

Именно цифровизация всех сфер жизнедеятельности человека приводит к необходимости сводить межэтническую и цифровую культуры в одно целое. Исследователи утверждают, что «цифровые технологии сегодня глобально пронизывают раз-

нообразные сферы жизни современного человека: быт, общение, профессиональную деятельность, политику, культуру. Все это позволяет исследователям говорить о формировании новой социально-культурной реальности – цифровой культуре» [1, с. 182]. Это достаточно непросто, но необходимо, о чем свидетельствуют постоянно возникающие конфликтные ситуации в обществе на основе этнической неприязни не только в реальной жизни, но и в виртуальной сетевой сфере.

В данном случае следует обратить внимание, как минимум, на несколько факторов, которые необходимо было учитывать при проведении пилотного исследования. Прежде всего, журналистика как сфера деятельности одной из первых перешла на цифру и расширила свое присутствие в сети. Параллельно развиваются социальные сети, блогосфера, вовлекая в информационно-коммуникативный процесс как профессиональных журналистов, так и любительскую аудиторию.

Другим, не менее значимым фактором, является техногенность как характерная черта современной студенческой аудитории, которая составляет наиболее активную часть пользователей сети. Как полагают исследователи, «для них развитие технологий определяется как ключевой фактор культурной и социальной динамики (пост) современности. Технология – это порождающая сила, преобразующая культуру, имеющая над ней власть» [2, с. 40].

Их же, как показали опросы, волнует и тематика межэтнических отношений. Как считают специалисты, «формирование более или менее ясного самоопределения об этнической или религиозной идентичности происходит в период начала взросления – примерно в 13-14 лет. Именно в это время в подростковом возрасте закладываются и начинают проявляться основные представления об этнической принадлежности или религиозной культуре» [3, с. 11].

Собственно, эти подходы определили цели и задачи исследования, которые были сконцентрированы на двух направлениях, на выходе дающих единую картину. Во-первых, это определение уровня техногенной грамотности студентов, обучающихся по специальности «журналистики», их включенности в цифровую среду. Во-вторых, понимание степени их толерантности по отношению

друг к другу как представителям разных национальностей, этнических сообществ. Это стало возможным, так как межэтническая тематика была обозначена как предмет коммуникации в сети.

По результатам проведенных опросов студенты показали достаточно высокий уровень культуры общения в интернете, говоря на межэтнические темы. Например, они проявляют уважение по отношению к другим пользователям другой национальности (74 %). Не сразу вступают в спор, когда они не согласны с виртуальным собеседником, причем этническая составляющая в расчет не принимается (70 %).

Так как большая часть респондентов – девушки, то понятно, что они тяжело переживают случаи агрессивного поведения со стороны своих собеседников в сети. После таких ситуаций 45 % студенток отмечают, что у них «портится настроение», «хочется сказать все, что думаю». Но при этом никто не свел воедино неуважительное общение в сети с этнической принадлежностью собеседника.

Это говорит о том, что, даже имея определенные навыки общения в виртуальном пространстве, они не застрахованы от сетевых рисков, которые не проходят для студентов бесследно. Но при этом этнокультурные коммуникации не были окрашены негативными коннотациями. Собственно, полученные данные подтверждают мнение исследователей, что «коммуникативная культура информационного общества основана на новом типе социальных сетевых отношений, который изменяет модели поведения людей, язык общения...» [4, с. 36].

К этому еще следует добавить язык межэтнического общения, обладание которым как никогда важно для молодого поколения журналистов. Это и формирует межэтническую культуру журналиста в условиях цифровизации журналистской области, как и всех сфер жизнедеятельности человека. Это являлось вторым направлением исследования – определение степени толерантного отношения студентов друг к другу как к представителям разных национальностей, этнических сообществ. Поэтому в анкету было добавлено 30 вопросов на основе хорошо известной разработки Г. У. Солдатовой и С. В. Рыжовой, которые

были разделены на 6 категорий, позволяющих определить «этнонигилизм», «этноиндифферентность», «этнонорма», «этноэгоизм», этноизоляционизм» и «этнофанатизм» (по 5 вопросов в каждой категории) [5, с. 11].

Ответы на них позволяют составить некое представление об общем уровне этнической идентичности как каждого респондента, так и студенческой аудитории в целом. Как и предполагалось, студенты демонстрируют разнообразие взглядов по поводу этнической идентичности. При этом каждый из опрошенных имеет свою сформированную позицию. Но в целом студенческая аудитория продемонстрировала достаточно низкий уровень межэтнической напряженности (МЭН). На основании используемой методики в целом для опрашиваемых интегральный показатель МЭН составил величины от значений чуть ниже 0,7 до величины чуть более 1,0 [2, с. 90–103].

Но при более детальном анализе полученных результатов становится очевидно, что межэтнические отношения в студенческой среде не бывают без сложных ситуаций. Они есть, но только выявить их можно в процессе продолжительной работы, способствующей налаживанию обратной связи «студент – преподаватель». Тогда при появлении в группе даже одного студента с явно выраженными шовинистическими взглядами можно быстро справиться с ситуацией с помощью внутриколлективной коммуникации.

Учебная программа предполагает продвижение ценностей миротворчества, обсуждение вопросов межэтнического взаимодействия людей и коллективов, профилактику конфликтов с этнической составляющей. Как правило, в итоге такие студенческие группы демонстрируют снижение уровня МЭН.

Следовательно, разработка учебных программ позволяет:

- дать специальные знания, позволяющие готовить тексты по межэтнической тематике;
- составить общее представление о данном студенческом коллективе;
- увидеть отдельные ситуации, свидетельствующие о необходимости дополнительного внимания по формированию межэтнических отношений в группе.

Таким образом, теоретический анализ работ, обосновывающих наличие этножурналистики как сегмента СМИ, и репрезентативный опрос студенческой аудитории, которая является активным пользователем сети, выстраивает в ней межкультурные коммуникации, позволил сформулировать задачи образования в сфере подготовки журналистов, обращающихся к данным вопросам или специализирующихся на освещении тематики национальных отношений. Практика показывает, что сегодня как никогда требуется существенно большее внимание уделять подготовке специалистов, пишущих на межнациональные темы. При этом данные программы должны быть построены так, чтобы студент обладал по окончании курса высокой степенью компетентности, умел преодолевать собственный этноцентризм и этнокультурные стереотипы, владел эффективными и оптимальными способами работы в поликультурной среде.

Тогда средства массовой информации, в которых будут работать таким образом подготовленные специалисты, действительно, способствуют формированию межнациональных отношений.

Список литературы:

1. Нагорнова Т. С. Цифровая культура как фактор социально-профессиональной мобильности / Т. С. Нагорнова, А. А. Чикин // Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: Сборник материалов и докладов Международной конференции. – Екатеринбург, 2014. – С. 182–186.
2. Галкин Д. В. Современные исследования цифровой культуры / Д. В. Галкин // Гуманитарная информатика. – Вып.1. – 2004. – № 1. – С. 40–49.
3. Хананашвили И. Л. Профилактика межнациональных конфликтов. Некоторые моменты изучения молодежных настроений / И. Л. Хананашвили // Школьные службы примирения в регионах России. Профилактика межнациональных конфликтов. – М. : Благотворительный фонд «Просвещение», 2014.
4. Маловичко И. С. Разрешение межнациональных конфликтов в школьной среде: опыт Волгоградской области / И. С. Маловичко // Школьные службы примирения и профилактика межнациональных конфликтов. – М. : Благотворительный фонд «Просвещение», 2012. – С. 90–103.
5. Соловьев А. В. Коммуникативная культура информационного общества / А. В. Соловьев // Вестник МГУКИ. – 2009. – № 2 (28). – С. 36–41.

Современная молодежь и интернет

*Мария Кудрявцева,
Москва*

Наверняка вы задумывались о значении интернета в нашей жизни. Эта глобальная сеть выполняет ряд важных функций. Социализация – одна из основных. Но, к сожалению, сегодня молодое поколение всё больше и больше использует развлекательную функцию. Если раньше люди брали информацию из учебников, то сегодня, во время эволюции гаджетов и IT-технологий, жизнь современного человека кардинально изменилась. В этом есть ряд плюсов и минусов.

Начнем с положительных моментов. Например, с реализации основной информационной функции Интернета. Если грамотно использовать этот ресурс, можно действительно стать просвещенным человеком. Есть коммуникативная функция: застенчивые люди знакомятся в социальных сетях друг с другом, переписываются, находясь друг от друга на большом расстоянии. Интернет – прекрасная возможность, чтобы реализовать себя. Многие становятся блогерами, чтобы доносить свои мысли до других.

Но как бы Интернет ни был хорош, есть у него и отрицательные стороны.

Пользование интернетом необходимо ограничивать! Особенно для детей и подростков, так как у них еще не до конца сформирована психика. А наличие различных «троллей» в Сети может привести к печальным последствиям.

Приведем в качестве примера ситуацию, которая произошла в начале 2016 г., когда все говорили об игре «Синий кит». Чтобы начать играть в нее, пользователям необходимо было оставлять хэштеги, по которым «кураторы» (пишущие с фейковых аккаунтов) связывались с участниками. Все это походит на какую-то секту. Свои правила, «никому не говорить об этой игре», «всегда выполнять задания»... Никакой полезной цели в этой игре не было. Ее финал – самоубийство.

Печально, но некоторые люди действительно погибли от «Синего кита». Поэтому оправданны запреты на сайты, которые могут принести как моральный, так и физический вред. В настоящее время ввели приватность в распространенной социальной сети «ВКонтакте». Теперь пользователь сам может решать, в каком доступе должна быть его страница. 16 апреля 2018 г. в России пытались заблокировать *Telegram*, что вызвало массовое негодование у людей. Хотя государство тем самым предостерегает страну от возможных опасностей, как в случае с «Синим Китом».

Думается, государство должно регулировать интернет-ресурсы, а иногда даже их и блокировать, чтобы обезопасить своих граждан.

Влияние средств массовой информации на развитие мировоззрения молодежи

*Валентина Куйдина,
с. Каширское, Воронежской области*

Редакция газеты «Каширские зори» за последние годы нарабатала определенный опыт по реализации информационной, организаторской, воспитательной функции СМИ в формировании мировоззрения молодого поколения.

Газета выходит тиражом 3 тыс. экз. и распространяется на территории Каширского района, а ПДФ-версию, помимо каширцев, выписывают также уроженцы района, проживающие в Воронеже, Курске, Москве и т. д. Возрастной диапазон читателей: от подростков до пожилых людей. Для привлечения молодых подписчиков редакция регулярно публикует на страницах газеты материалы молодежной тематики, которые условно можно разделить на два направления.

Первое направление – это материалы о подростках и молодежи, их победах на всевозможных конкурсах и фестивалях регионального, всероссийского и международного уровней, о деятельности местных творческих коллективов, спортивных клубов, репортажи о мероприятиях военно-патриотической и духовно-нравственной направленности в молодежной среде и ряд других.

При этом мы учитываем два момента. Во-первых, наряду с семьей, школой, окружением (улицей) получаемая из СМИ информация также оказывает влияние на жизненные ценности, установки и поведение молодежи. Во-вторых, наибольший эффект публикуемая информация имеет тогда, когда подростки и молодежь на страницах газеты читают о себе и своих сверстниках, которые живут рядом. Молодые читатели «примеряют на себя» модели поведения тех, о ком мы рассказываем. За газетой следят. Герои публикаций ждут информацию, читают, передают газету из рук в руки. Номера с такими публикациями быстрее раскупаются в рознице. Их берут, чтобы подарить родственникам, отправить бабушкам и дедушкам и т. д. Поэтому мы стре-

34

мимся ненавязчиво формировать мнение о том, какие духовно-нравственные ориентиры важны, на кого следует равняться, за какие успехи тебя могут похвалить и поставить в пример другим, то есть подать материал так, чтобы хороший пример был заразителен.

Заразить положительным примером – этой воспитательной цели следует и муниципальная власть во главе с Героем России Александром Пономаревым. Александр Иванович всегда подчеркивает, что наша общая задача – формировать у молодого поколения позитивные модели социального, духовно-нравственного и патриотического поведения и быть осторожными с материалами, которые, скажем, в лоб призывают не курить, не пить, не употреблять наркотики и так далее, потому что это плохо и вредно. Такие публикации чреваты получением обратного результата по принципу: запретный плод сладок.

О чем же пишут «Каширские зори»?

Несколько лет назад на базе Каширской школы по благословению настоятеля храма в честь Покрова Пресвятой Богородицы протоиерея Стефана Некрылова был открыт детско-юношеский спортивный клуб «Пересвет». Занимаются здесь юные боксеры от 7 до 18 лет под руководством мастера спорта Советского Союза Александр Ухина. Многие воспитанники «Пересвета» являются прихожанами местного храма. Газета рассказывает об успехах юных спортсменов, делает репортажи с областных турниров, которые стали регулярно проводиться и в нашем районе. Престиж спортивного клуба растет, в том числе и благодаря информационному сопровождению его деятельности.

Газета на своих страницах освещает духовно-нравственное влияние священника Стефана Некрылова на подростков и молодежь. Авторитет отца Стефана среди этой социальной группы высокий. Он постоянно общается с молодым поколением, отвечает на их вопросы, дает наставления и советы. Батюшка окормляет воспитанников кадетского класса Каширской школы. Из года в год 1 сентября служит молебен для первоклассников и 25 мая – молебен для выпускников местной школы. На выпускном вечере по традиции благословляет медалистов

иконами Спасителя, Пресвятой Богородицы и вместе с главой Каширского сельского поселения Сергеем Усовым вручает им денежное вознаграждение за труд. Обо всем этом можно прочитать на страницах «Каширских зорь».

Мы также рассказываем об успехах подростков и молодежи, которые занимаются дзюдо у мастера спорта Советского Союза Николая Пономарева, киокусинкай карате – у мастера спорта России, чемпиона мира Юрия Каляпина. Говорим о влиянии спорта на духовно-нравственное развитие личности и опять же исподволь формируем мнение, как поднять свой авторитет среди сверстников.

Газета освещает фестивали патриотической песни, конкурсы среди молодых избирателей, защиту проектов старшеклассников «Есть идея» и ряд других. Все эти материалы, разноплановые и разножанровые, создают некий положительный имидж молодого жителя района, на которого следует не только равняться, но и стремиться стать в чем-то лучше.

Второе направление – это вовлечение молодого поколения в различные акции и проекты районной газеты. Мы предлагаем нашим читателям свою «повестку дня»: даем темы для обсуждения, поиска новой информации и, наконец, привлекаем их для реализации этой «повестки дня».

Акций и проектов проводим много, но среди значимых, в которых задействуем большое количество молодежи, назовем несколько.

«Военными тропами Каширского района»

Военно-патриотическую акцию «Военными тропами Каширского района» редакция «Каширских зорь» проводит последние три года подряд. В 2015 г. провели ее на майские праздники, последние два года – в День памяти и скорби, 22 июня. Мы разрабатываем маршрут, занимаемся поиском ветеранов и детей войны, которые смогли бы рассказать участникам акции о военном времени, согласовываем маршрут с главами поселений, готовим списки участников, заказываем транспорт, согласовываем воинский салют с полицией и так далее.

В акции участвуют от 100 до 300 человек. Подавляющее большинство – это подростки и молодежь, в том числе члены

Молодежного парламента при Совете народных депутатов Каширского района. Акция проходит при поддержке районной власти. К акции подключаются Общественная палата, районный совет ветеранов войны и труда, члены Каширского военно-исторического клуба «149-я стрелковая дивизия», главы поселений.

Акция стартует в Каширском, где проходит митинг на обелиске Славы. Затем все участники на автобусах отправляются по разработанному маршруту в три-четыре села. Там проходят короткие митинги, возложения цветов к обелискам и памятникам, встречи с ветеранами войны, тружениками тыла, детьми войны. Они, кстати, от редакции газеты получают на память сувениры с символикой «Каширских зорь». В завершении – солдатская каша, аппетитные пирожки с горячим чаем, мороженое, которое организуем за счет спонсоров.

«Мы – рядом»

Три года подряд с середины декабря по 7 января редакция газеты совместно с Молодежным парламентом района проводит предновогоднюю и рождественскую акцию «Мы – рядом». Цель акции – поздравить с Новым годом и Рождеством Христовым почетных жителей района, одиноких людей и людей, попавших в трудные жизненные обстоятельства. Для них школьники и воспитанники детских садов готовят своими руками поделки и поздравительные открытки. Кроме того, за счет спонсорских средств, которые ежегодно выделяет директор ООО «Осень» Анатолий Воронов, работники редакции и члены Молодежного парламента приобретают продуктовые наборы, которые мы вручаем адресатам у них дома, причем члены Молодежного парламента всегда выступают в роли Деда Мороза и Снегурочки. В 2017 г. такие подарки получили 72 человека. В акции было задействовано почти 300 человек. Акцию проходит при поддержке местной власти и общественности.

«Загляните в семейный альбом»

Молодое поколение мы привлекаем для участия еще в одной акции «Загляните в семейный альбом» и предлагаем подобрать фотографии из семейных альбомов, где запечатлены родственники, погибшие на фронтах Великой Отечественной войны,

пострадавшие в годы репрессий, просим написать мини-сочинения о них. Самым активным участникам вручаем дипломы и сувениры с символикой «Каширских зорь».

«Выпускник – лидер учебного года»

Четыре года подряд мы пишем о лучших выпускниках школ под рубрикой «Выпускник – лидер учебного года». Это совместный проект редакции газеты и администрации Каширского муниципального района. Цель проекта – рассказать о современной молодежи, как она учится, чем увлекается, о чем мечтает и какими жизненными принципами руководствуется. На выпускных вечерах все герои публикаций получают благодарственные письма из рук главы администрации района или его заместителей, а также сувенир с символикой «Каширских зорь» из рук редактора газеты или его заместителя.

Безусловно, организация акций, проектов требует от сотрудников редакции массу времени, сил, но мы видим, что идем по верному пути, наша организаторская, воспитательная, пропагандистская миссия окупается сторицей. Молодое поколение заинтересованно участвует в наших мероприятиях и живо откликается на наши публикации, а значит, есть надежда, что под воздействием всего этого у них формируется позитивное мировоззрение.

Социальные сети в системе профессиональных компетенций будущего медиаспециалиста

Наталья Макарова,
Москва

На современном медиарынке существует жесткая конкуренция между различными СМИ, которая требует от редакций переформатировать контент в соответствии с запросами требования аудитории. За последние годы важным изменением в журналистике стало кардинальное изменение в степени важности аудитории, которая сильно влияет на работу СМИ. Несмотря на то, что социальные медиа занимают важное место в жизни людей, остается категория аудитории, не охваченная их влиянием – взрослая консервативная аудитория, которая получает информацию исключительно из печати, радио или телевидения. Следовательно, многие издания начинают выстраивать SMM-стратегию¹, где фокус внимания направлен на молодую аудиторию с уже сформированным контент-мировоззрением.

К примеру, «Аргументы и факты» под угрозой потери контроля над тем, чтобы удержать читателя, зарегистрировали официальные страницы в *Facebook*, Вконтакте, *Twitter*, на видеохостинге Youtube. Они сменили направленность с взрослой аудитории на молодую, начали рассылать общие сведения об издании, а главное – организовали обратную связь с ней. На любом медиаресурсе у российской газеты выпускаются новости в текстовом формате, аудио- и видеоформате. Методы и формы подачи полностью зависят от целевой аудитории и желания пользователей ознакомиться с контентом.

Популярность и высокая значимость социальных медиа как информационных платформ привела к появлению отдельных SMM-редакций. SMM-менеджеры или журналисты, тесно взаимодействующие с социальными сетями, на сегодняшний день

¹SMM – это маркетинг в социальных сетях, продвижение через различные социальные платформы.

являются одними из наиболее востребованных в редакциях. SMM-редакция – это развитие идеи традиционных конвергентных интернет-редакций, которые распространены во многих СМИ, но основное отличие – SMM-редакция, работает с учетом особенностей каждого конкретного социального медиа.

Глава по продвижению интернет-проектов, Дарья Пенчилова отметила, что «очень важно привлекать журналистов и собственных экспертов коммуницировать с аудиторией в социальных сетях. РИА Новости позиционируют себя как информационно-аналитический ресурс, который может предоставлять информацию не только в виде новостного потока, но и в приложениях и видео» [1].

Анна Виссенс из BBC высказала похожую мысль: «Социальные сети – один из инструментов, который должен использовать любой профессиональный журналист» [2]. В обязанности SMM-редактора, в числе прочего, входит контроль за осуществлением редакционной стратегии при работе с этими каналами, сбор статистики и аналитика, также работа с пользовательским контентом и создание материалов непосредственно для сообществ в социальных сетях. При необходимости в работу над контентом для социальных сетей включаются и другие сотрудники, например фоторедакторы, корректоры, специалисты по инфографике. В некоторых случаях это остается на усмотрение сотрудника, в других – регламентируется особыми правилами, созданными в редакции. Из этого следует, что: на сегодняшний день в России отсутствует четкое разграничение круга обязанностей SMM-редактора, но также следует, что SMM-редактор – это такой же редактор издания, то есть он тоже должен уметь хорошо работать с текстом, но также он должен иметь и технические навыки, в числе которых – понимание механизмов продвижения SEO², являющихся важным инструментом в работе SMM-редакции, так как от него напрямую зависит количество «просмотров» контента.

Появление данной специализации олицетворяет текущую тенденцию развития журналистики, которая сильно повлияла

²SEO – комплекс мероприятий по увеличению видимости сайта в поисковых системах по целевым поисковым запросам.

на трансформацию профессии. Журналисты в процессе своей работы анализируют особенности подачи информации на разных социальных платформах и, исходя из этого, создают материалы в формате, подходящем под ту или иную социальную сеть. Форма подачи текста, его объем, сопровождение картинкой, репортаж, инфографика – все, на чем акцентируют внимание современные профессионалы. Журналисты, работающие исключительно в интернет-пространстве, утверждают, что ценность самого текста играет второстепенную роль, а также в зависимости от формата и целевой аудитории социальной сети он выпускается в разных формах.

В медиакомпаниях появляются отделы, занимающиеся продвижением контента, а в связи с этим возникают новые должности, такие как «редакторы социальных сетей» или «редактор сообществ». В. В. Гатов отмечает появление позиции «редакционного менеджера типа *Social Media Curator*, в задачи которого входит «разделять информацию и мнение, вычленять подлинные источники и, через ретрансляцию, поддержку, эмоциональные инструменты «приручить», вписать в существующий контекст или сложить из таких источников отдельный контекст» [1]. SMM-редактор должен уметь: определять аудиторию и общаться с ней, также он должен: исследовать ее интересы, подбирать площадки с максимальной ее концентрацией, проводить аналитику информационных поводов, работать с поисковыми сервисами, понимать роль оптимизации запросов в продвижении контента, а также правильно оформлять контент, используя для этого тематические хэштеги, которые делают проще для пользователя поиск тематического материала, а также помогают удерживать высокий уровень пользовательского действия, уже после того как новость какое-то время уже опубликована, способствуя увеличению читаемости материалов, а помимо этого, и узнаваемости бренда СМИ.

Правильное ведение страниц в социальных сетях способствует привлечению большей аудитории. Социальные медиа обладают рядом существенных преимуществ как перед другими инструментами медиа-менеджмента, так и перед традици-

онными маркетинговыми инструментами. Одно из таких преимуществ, присущее только онлайн-медиа – это интерактивное, или двустороннее взаимодействие с аудиторией, когда есть возможность фактически моментально получать обратную связь.

Глобальные изменения в медиаиндустрии происходят из-за расширения охвата социальных сетей. В прежние времена журналисту давали достаточно большое количество времени на сбор информации, поиск фактов для создания истории. Сегодня много историй появляется через *Facebook* или *Twitter*: пока история передается репортеру, она уже размещена в социальной сети в той или иной форме. В связи с этим журналист вынужден искать такие детали для создания истории, которые еще не упоминались, чтобы пользователь был заинтригован.

Журналистика приспособливается, а журналисты нуждаются в оперативном перестроении под быстро изменяющееся информационное пространство: «им нужно знать о том, где находится их целевая аудитория и как они собираются достичь ее внимания» [3]. Ричард Самбрук, бывший директор *Global News* на ВВС, сказал, что «социальные медиа не должны заставлять нас забывать о ценности доверия аудитории к журналистам, чтобы свидетельствовать о событии. Свидетельствование – это журналистская работа, которую новые технологии обеспечить не могут» [4].

Многие школы журналистики готовят студентов к работе в сфере мультимедийной журналистики. В Великобритании университет Бирмингема в сентябре 2009 г. открыл программу подготовки к степени магистра в области социальных медиа. Данный курс будет обучать студентов журналистики тому, как создавать и поддерживать профессиональное присутствие в социальных сетях, включая *Facebook*, *Twitter*, *Google*, *Tumblr*, *LinkedIn*, *YouTube*, *Instagram*. Студенты выбирают сеть, чтобы тщательно следить за ее тенденциями и сообщать о полученных итогах в течение всего курса в виде проекта класса. Студенты учатся использовать социальные медиа для лучшего ориентирования в них, создания личного бренда и привлечения трафика к своим рассказам. По завершении этого курса студенты смогут:

понимать основы социальных сетей, понимать основные этики в социальных сетях, публиковать обновления в социальных сетях и общаться с сообществом, применять лучшие практики социальных сетей для повышения бренда, движение трафика в собственный блог с помощью социальных сетей, ответственно отчитываться о новостях.

Аналогичные программы реализуются и в отечественной образовательной практике. Вместе с тем профилизация «Мультимедийная журналистика» не занимает ведущее место в образовательных программах всех уровней факультетов журналистики, хотя спрос абитуриентов достаточно высок. Неспешное реагирование профессионального образования на запросы медиарынка обуславливает увеличение дистанции между учебными заведениями и работодателем, несмотря на часто декларируемую связь.

Список литературы

Как новые медиа изменили журналистику // New media. – URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/> (дата обращения: 01.10.18).

Взаимодействие СМИ и социальных сетей // Cossa. URL: <https://www.cossa.ru/news/4745/> (дата обращения: 14.03.18).

Benkoil D. How journalism is getting better // PBS Mediashift, 15 March 2010.

Richard Sambrook R., RISJ lecture “The internet and mainstream media”, University of Oxford, 3 February 2010.

Уголовная ответственность за деяния, совершенные в интернете

*Цыригма Мясникова,
Чита*

Современная молодежь не мыслит жизни без интернета и иных информационно-телекоммуникационных сетей. В виртуальных сетях они знакомятся, обмениваются информацией, создают сообщества по интересам и развлечениям. Информатизация проникла во все сферы человеческой деятельности и, конечно же, в первую очередь она охватила именно молодежь.

Интернет и иные информационно-телекоммуникационные сети создают чувство ложной анонимности и безопасности, когда никто не отвечает за свои действия. В этой связи вполне понятна логика законодателей, когда они, пытаясь урегулировать правовые отношения в этой сфере, создают новые нормы или вносят изменения в уже действующие, ужесточая ответственность за деяния, совершенные в виртуальных сетях. К таким статьям, например, относятся правовые нормы Уголовного кодекса РФ, называемые «экстремистскими». К ним прежде всего относят статьи, содержащиеся в 29 главе УК РФ «Преступления против основ конституционного строя и безопасности государства», а именно:

- статья 280 «Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности»;
- статья 280.1 «Публичные призывы к осуществлению действий, направленных на нарушение территориальной целостности Российской Федерации»;
- статья 282 «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства»;
- статья 282.1 «Организация экстремистского сообщества»;
- статья 282.2 «Организация деятельности экстремистской организации».

Остановимся на статье 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства». Как пишет «МК.RU», количество осужденных именно по этой

статье растет год от года. Например, если в 2011 году по части 1-й статьи 282 УК РФ было осуждено 82 человека, то уже на следующий таковых стало 118, затем в 2013-м – 174, в 2014-м – 258, в 2015-м – 369 и в 2016-м – 389 [1]. Если по всем «экстремистским» статьям в 2017 году были осуждены 604 человека, то из них только по статье 282 УК РФ – 460 [2].

Центр экономических и политических реформ (ЦЭПР), ссылаясь на статистику, опубликованную Судебным департаментом при Верховном суде РФ, указывает, что по статьям 275-284.1, содержащимся в 29 главе УК РФ, в 2015 году было осуждено 525 лиц, среди которых более половины составила молодежь до 25 лет (в возрасте 14-17 лет – 12,2 %, 18-24 года – 42,5 %, 25-29 лет – 15,6 %, 30-49 лет – 25,1 %, 50 лет и старше – 4,6 %) [3].

Таким образом под санкции, предусмотренные данными правовыми нормами, прежде всего попадает молодежь как самая активная пользовательская аудитория сети Интернет и иных информационно-телекоммуникационных сетей. В свете последнего актуальным является правовое просвещение студентов о мере ответственности за деяния, совершаемые в виртуальных сетях.

Что касается статьи 282 УК РФ, то именно она привлекает больше всего внимание юристов, правозащитников и общественных деятелей. С 2014 г., когда в данную правовую норму были внесены изменения, распространившие ее действия на деяния, совершаемые в сети Интернет, не прекращаются дебаты о том, насколько правомерно привлекать к уголовной ответственности за репосты и лайки материалов, содержание которых может быть расценено как экстремистское. К тому же изменения касались и ужесточения санкций: так деяния, квалифицируемые по этой статье, перешли в разряд средней тяжести (первая часть) и тяжких (вторая часть). И, по мнению юристов и правозащитников, данные нововведения могли сыграть на руку недобросовестным правоохранителям, желающим отработать план и составить отчет по пресечению экстремистских правонарушений. И, как свидетельствует статистика, в какой-то степени ожидания оправдались.

Тенденция к увеличению количества дел по «экстремистским» статьям не могла остаться без внимания судебных органов. И 20 сентября 2018 г. Верховный суд РФ на заседании Пленума рассмотрел вопрос о внесении поправок в Постановление № 11 от 28 июня 2011 г. «О судебной практике по уголовным делам о преступлениях экстремистской направленности» [4].

Изменения должны остудить горячие «правоохранительные» головы и заставить тщательней изучать дела. Верховный суд РФ указал, что суды должны обратить внимание на то, что «гарантированные Конституцией РФ и международно-правовыми актами свобода мысли и слова, а также право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом могут быть ограничены только в исключительных случаях, прямо закрепленных в федеральном законе, в той мере, в какой это необходимо в демократическом обществе в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства, общественного порядка, территориальной целостности» [4]. И, следовательно, при рассмотрении дел о преступлениях экстремистской направленности суду нужно проверять не только «наличие повода, но и основания для возбуждения дела» [4]. Таким образом, «Размещение лицом в сети «Интернет» или иной информационно-телекоммуникационной сети, в частности, на своей странице или на страницах других пользователей материала (например, видео-, аудио-, графического или текстового), созданного им самим или другим лицом, включая информацию, ранее признанную судом экстремистским материалом, может быть квалифицировано по статье 282 УК РФ только в случаях, когда установлено, что лицо, разместившее такой материал, осознавало направленность деяния на нарушение основ конституционного строя, а также имело цель возбудить ненависть или вражду либо унижить достоинство человека или группы лиц по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии либо принадлежности к какой-либо социальной группе» [4].

Верховный суд РФ указал, что суд должен оценивать обстоятельства содеянного в совокупности и учитывать все моменты, которые могут влиять на признание лица виновным или нет. Например, какие комментарии к такому материалу он разместил, совершал ли подобные действия регулярно или нет, а также чем руководствовался и является ли сторонником каких-либо радикальных идеологий и экстремистских объединений. Кроме этого необходимо учитывать, привлекался ли он ранее к административной и (или) уголовной ответственности за правонарушения и преступления экстремистской направленности.

При этом высшая инстанция особо обратила внимание на момент, который может быть расценен как малозначительный, то есть не влекущий общественной опасности. А также напомнила судам, что экспертные заключения не должны приниматься как безусловные доказательства и их следует оценивать, как и все другие, по общим правилам и в совокупности.

Так как данное Постановление является основанием для пересмотра дел, можно надеяться, что правоохранители впредь будут дотошно изучать дела и личность обвиняемого.

В начале ноября Президентом РФ в Государственную Думу был внесен проект ФЗ «О внесении изменения в статью 282 УК РФ» [5]. Согласно данному документу лицо может быть привлечено к уголовной ответственности только после его привлечения к административной ответственности за аналогичное деяние в течение одного года. В связи с этим в Кодекс об административных правонарушениях РФ вносится статья 20.31 «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» [6].

Таким образом, можно предполагать, что с принятием данного законопроекта и в свете разработанного ВС РФ Постановления репрессивность за деяния в сети Интернет значительно снизится, что, конечно же, скажется и на количестве возбуждаемых уголовных дел. Однако это не исключает необходимости информировать молодежь не только об их правах, но и обязанности соблюдать законодательство, в том числе и в виртуальных сетях.

Список литературы

Озерова М. Уголовка за репосты в соцсетях: статистика ужаснула / М. Озерова // МК.RU. – 26.06. 2018. – URL: <https://www.mk.ru/social/2018/06/26/ugolovka-za-reposty-v-socsetyakh-statistika-uzhasnula.html>, свободный (дата обращения: 04.11. 2018).

Курилова А. Судебная статистика вошла в рост / А. Курилова // Коммерсант]. – 19.04. 2018. — № 68. – С. 5. – URL a: <https://www.kommersant.ru/doc/3607022>, свободный (дата обращения: 04.11.2018).

Борьба с экстремизмом в современной России: правоприменительная практика. – URL: <http://cepr.su/wp-content/uploads/2016/05/%D0%91%D0%BE%D1%80%D1%8C%D0%B1%D0%B0-%D1%81-%D1%8D%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%BE%D0%BC.pdf> (дата обращения: 04.11. 2018).

Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 20 сентября 2018 г. № 32 «О внесении изменений в постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28 июня 2011 года N 11 «О судебной практике по уголовным делам о преступлениях экстремистской направленности»» – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71954348/> (дата обращения: 02.11.2018).

Законопроект № 558345-7 О внесении изменения в статью 282 УК РФ. – URL: <http://sozd.parliament.gov.ru/bill/558345-7> (дата обращения: 04.11. 2018).

Законопроект № 558351-7 О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях. – URL: <http://sozd.parliament.gov.ru/bill/558351-7> (дата обращения: 04.11. 2018).

Новостные ленты в социальных сетях как основной источник информации у молодежи

*Дарья Неренц,
Москва*

Сегодня в молодежной среде массмедиа воспринимаются как отражение популярной культуры, источник главных политических, экономических новостей, последних данных об изменениях в образовательной сфере. В настоящее время глобальная медиакультура – это педагогическая сила, которая может превзойти достижения институционализированных форм образования.

Культура медиа широко распространена, значит, сообщения СМИ являются важной частью повседневной жизни молодых людей, и их повседневная деятельность структурирована вокруг использования средств массовой информации. Истории и изображения в массмедиа становятся важными инструментами для построения идентичности. Поп-звезда представляет модель для подражания с точки зрения поведенческих характеристик и стиля, а неологизмы или нецензурные выражения медийных личностей становятся максимально употребляемыми в речи молодежи.

Безусловно, ресурсы интернета представлены в огромном количестве и предоставляют множество положительных возможностей для подростков. В первую очередь, интернет делает обмен информацией быстрым и простым, несмотря на факторы, которые в других случаях запрещают такое простое распространение (негативные политические новости, непроверенная информация, личная информация и т. д.). Передача видео-, графических и фотоизображений, документов, презентаций происходит с помощью одного нажатия кнопки в течение нескольких секунд. Удивительная способность современного интернета упрощать подростковую жизнь заключается и в получении знаний путем поиска необходимых сведений в специальных системах (*Яндекс, Google, Mail, Yahoo!* и др.).

Однако главное достоинство интернета для молодых людей – возможность обмениваться мгновенными сообщениями

с родственниками, друзьями, знакомыми, одноклассниками и следить за изменениями в их жизни благодаря просмотру личных страниц. Эту возможность на современном этапе в полной мере реализуют социальные сети. Такой формат общения имеет неоспоримые достоинства, в числе которых возможность молодым людям, испытывающим затруднения с общением, четко выразить свои мысли, а также вариант объединения подростков со схожими психологическими, социальными взглядами в глобальном масштабе. Так интернет в целом и социальные сети в частности стали тем местом, где молодые люди ищут возможность исследовать и выразить свою личность и свои интересы. Самая большая трансформация, которая есть в интернете по сравнению с телевидением, радио и печатью, заключается в том, что технология ставит молодежь в центр как создателей культуры, а не потребителей культуры.

Согласно отраслевому докладу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям 2017 г., интернет по своей востребованности в качестве медиа незначительно уступает телевидению (89 % против 82 %) [1]. Социальные сети при этом занимают ключевую позицию среди молодежи по частоте использования. Кроме того, с появлением новостных лент ведущие социальные сети (*Facebook*, *ВКонтакте*) стали основным источником актуальной и важной информации для молодого поколения. Новостная лента в социальных сетях представляет собой подборку информационных сообщений, исходя из популярности (количество лайков, откликов, репостов) и интересов пользователя, которые определяет специально созданный алгоритм. Сегодня молодые люди повсеместно отдают предпочтение социальным сетям как основному источнику новостей, что становится серьезной проблемой с точки зрения качества опубликованной там информации. Речь об активном распространении «фейковых новостей», которые могут существенно исказить восприятие информации и даже способствовать изменению мировоззрения подростков.

В 2016 г. сотрудники социальных сетей столкнулись с последствиями активного распространения подобных «новостей»,

ключевой задачей которых стала подборка сенсационных фактов для привлечения внимания. Говорить о проверке данных в этих новостных лентах излишне, поскольку в социальных сетях этим никто не занимался. Вследствие сложившейся ситуации разгорелся скандал во время выборов Президента США 2016 г., поскольку ненастоящие новости набрали гораздо больше лайков, нежели реальные материалы ведущих мировых СМИ.

Опять же, согласно данным Отраслевого доклада, больше всего интернетом пользуются молодые люди в возрасте 16-29 лет (96 %), что подтверждает опасность искажения восприятия новостной картины мира вследствие обилия «фейковых новостей». Facebook, Твиттер, Инстаграм и ВКонтакте стали удобными сервисами для просмотра новостных лент, но в них отсутствуют фильтры для удаления ложной информации.

Согласно исследованию ВЦИОМ, 62 % пользователей интернета в России доверяют информации в социальных сетях, это больше, чем Википедии, интернет-СМИ, отзывам пользователей, блогам, форумам и чатам [2]. Между тем исследователи указывают, что очень небольшой процент пользователей искренне и откровенно делится информацией, другими словами, большинство авторов намеренно искажают действительность, чтобы казаться лучше и интереснее своим подписчикам. Однако большинство аудитории интернета всецело доверяют опубликованной информации, особенно это касается молодежной возрастной категории, которая весьма туманно представляет себе, что значит верификация данных.

Сложившаяся ситуация приводит к изменению алгоритма потребления информации молодым поколением. В первую очередь, аудитория 16-29 лет все реже обращается к официальным сайтам СМИ в поисках информации (сокращается количество посещений не только общественно-политических изданий, но и специализированной прессы). Причем все чаще на страницы СМИ пользователи попадают через ссылки на Фейсбуке или ВКонтакте и, прочитав публикацию, тут же возвращаются в социальную сеть. Так социальные сети захватывают все больше

информационного пространства, ежедневно определяя информационную повестку для своих пользователей.

Этот тезис подтверждает и недавний опрос ФОМ (лето 2018 г.) о мнении россиян касательно «фейковых новостей», данные которого есть на официальном сайте РБК. Результаты опроса говорят о том, что «66 % населения России не слышали выражения *fake news* (фальшивые новости), однако 47 % опрошенных сталкивались с ложными фактами, которые выдавались СМИ за подлинные... При этом распознавание этого выражения зависит от уровня образования человека. Наибольшей категорией, слышавшей выражение, стали люди с высшим образованием (44 %), а среди тех, кто с ним не знаком, больше всего людей со средним образованием или ниже (75 %)» [2].

Примеры самых обсуждаемых «фейковых новостей» последнего времени – яркий образец сильного психологического воздействия на поведенческие и эмоциональные характеристики молодежи. В октябре 2017 г. во всех социальных сетях стали появляться сообщения о новом наркотике, который распространяется в школах и выглядит как конфета со вкусом клубники. Эта информация мгновенно попала во все родительские сообщества. Полиция начала проводить проверки и не нашла ни одного случая употребления школьниками подобного наркотического препарата.

В марте 2017 г. в социальной сети ВКонтакте была опубликована и мгновенно распространилась информация о том, что в ближайшее время на территории Российской Федерации начнутся массовые самоубийства детей. Согласно тексту данного сообщения, источником этой информации была полиция, однако в МВД сразу было дано опровержение этого. В результате данного сообщения многие подростки стали обсуждать с друзьями и одноклассниками возможное событие, чем вновь привлекли внимание к на шумевшей истории с группой «Синий кит», которая была популярна в подростковой среде и способствовала массовым самоубийствам.

В официальных сообществах администрации ВКонтакте появилась новость о смерти известного политического ак-

тивиста Алексея Навального. Источником сообщения стала группа интернет-издания «Медуза», которая оказалась ненастоящей и была заблокирована через десять минут после появления репостов. Однако новость на протяжении длительного времени появлялась на страницах разных пользователей сети, что является еще одной серьезной проблемой, которая остается нерешенной. Удаление новости не способствует ее полному исчезновению, и «фейк» продолжает на протяжении длительного времени дезинформировать пользователей.

Таким образом, можно утверждать, что социальные сети действительно захватывают информационное пространство и становятся мощным инструментом в формировании общественного мнения. «Фейковые новости», созданные для привлечения внимания пользователей, воспринимаются молодыми людьми как настоящие реальные сведения, что приводит к искаженному восприятию действительности и даже смене ценностных ориентиров. Вследствие этого вопрос о верификации данных становится как никогда актуальным на современном этапе.

Список литературы

1. Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития // Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. – URL: www.otr-doklad-ros-period-pechat-2016.compressed.pdf (дата обращения: 05.10.2018).
2. Большинство россиян не слышали выражения fake news // РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5b32085c9a7947279864edff> (дата обращения: 07.10.2018).

Волонтеры и средства массовой информации

*Наталья Пикулина,
г. Острогожск Воронежской области*

В настоящее время волонтерское движение приобрело популярность во всем мире. Количество действующих в России благотворительных организаций и добровольческих отрядов постоянно растет. Волонтерство – это движение, которое помогает человеку подняться над собственными проблемами и увидеть беды и заботы других людей, отдавать окружающим душевное тепло, дарить радость и надежду.

В словаре С. И. Ожегова понятие «волонтерство» трактуется как добровольное выполнение обязанностей по оказанию безвозмездной социальной помощи, услуг, добровольный патронаж над инвалидами, больными и престарелыми, а также лицами и социальными группами населения, оказавшимися в сложных жизненных ситуациях [1].

Понятие «волонтер» раскрыто в Федеральном законе от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Волонтеры – это граждане, которые осуществляют благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда в интересах благополучателя.

Современная концепция получила свое дальнейшее развитие в новой редакции Всеобщей Декларации Добровольчества, провозглашенной на XVI Всемирной Конференции Добровольцев в 2001 г. В ней отражена фундаментальная роль, идея, базовые ценности и философия добровольчества:

- добровольный выбор, отражающий личные взгляды и позиции;
- активное участие гражданина в жизни человеческого общества;
- способствование улучшению качества жизни, личному совершенствованию и углублению солидарности;
- совместная деятельность в рамках разного рода социально значимых проектов;

- способствование реализации основных человеческих потребностей на пути строительства справедливого и мирного общества;
- способствование более сбалансированному экономическому и социальному – развитию, созданию новых рабочих мест и новых профессий [2].

В нашем городе деятельность волонтерских объединений также развивается. Общее руководство осуществляет Штаб волонтерского движения при комитете по молодежной политике г. Острогожска. В городе работает много добровольческих отрядов, организованных из обучающихся общеобразовательных школ, студентов ССУЗов («Милосердие», «Равный равному», «Добрые сердца», «Вектор добра» и др.).

Волонтеры города Острогожска сотрудничают и оказывают помощь многим организациям и учреждениям: Центру социального обслуживания населения; Социально-реабилитационному центру для детей и подростков «Росток»; городскому Совету ветеранов; Дому-интернату для глухонемых и слабослышащих детей; Духовно-просветительскому центру во имя святителя Тихона Задонского и др. Помощь, оказываемая волонтерами, имеет разные формы, такие как: благотворительные, социальные и хозяйственные акции, концерты, посадка цветов, газонов, кустарников и деревьев, благоустройство и обустройство дворов, участков, городских улиц, береговой зоны реки Тихая Сосна, помощь социально уязвимым категориям граждан (престарелые, люди с ограниченными возможностями), пропаганда ЗОЖ.

Организация добровольческой деятельности на уровне провинциального маленького города, каким является наш Острогожск, имеет свою специфику: человек приверженец личного, а не общественного интереса. При проведении благотворительных акций неоднократно проводили социальные опросы населения. И самый популярный ответ был: «Кто бы помог мне!». Но думается, это проблема не только провинциальных городов, поэтому одна из миссий волонтерской деятельности – раскрывать в людях такие добродетели, как отзывчивость, доброта, понимание и милосердие.

Как и любой другой организации, нам необходима информационная поддержка. Информационное сопровождение – важный

этап реализации любого проекта, тем более волонтерского. При постоянном правильном информировании на разных этапах реализации проекта к нам могут присоединяться как новые добровольцы, так и партнеры, спонсоры, жертвователи. С добровольцами понятно, а вот чем могут помочь потенциальные партнеры и спонсоры? Помимо финансовой помощи, они могут оказать помощь в продвижении наших сайтов и страниц в социальных сетях, проведении мастер-классов, разместить информацию о нашем проекте на своих сайтах, в СМИ, написать в своих блогах.

Сотрудничество с представителями СМИ Острогожского района проверено многолетней дружбой. Студия «Губерния Острогожск» и редакция районной газеты «Острогожская жизнь» в своей работе по освещению жизни города и района всегда находят возможность разместить на просторах телевидения и газетных полос анонсы о проводимых молодежных мероприятиях и дать расширенный материал по итогам его реализации. Самый главный момент: «Добро должно быть интересным». Как это понять? Для того чтобы заинтересовать СМИ, необходимо предложить информацию, которая гарантированно вызовет интерес общественности. Информация должна быть лаконичной, емкой, конкретной по времени дате и этапам реализации, она должна содержать контактные данные сотрудников, обладающих полной информацией, на случай уточнения каких-либо моментов по проекту. Желательно, чтобы все участники проекта четко знали смысл проводимого мероприятия, кому оказывается помощь, как проект будет реализовываться в дальнейшем.

В работе волонтерского объединения «Союз неравнодушных сердец» мы стараемся заинтересовать в первую очередь корреспондентов, которые будут писать о нас, так как считаем, что когда работник СМИ сам попробует сделать своими руками рождественскую открытку или расписать пасхальное яйцо, которое в будущем будет подарено детям социально-реабилитационного центра, дома глухонемых детей или детского отделения ЦРБ, качественно изменится информация, которую они будут нести в массы, в своих новостных статьях и сюжетах. Такая практика есть! И очень приятно, когда положительная

эмоциональная окраска материала в СМИ побуждает жителей города и района делать добрые дела не только индивидуально (помощь ближним), но и в составе волонтерских объединений района. Поднимаемые волонтерскими объединениями проблемы решить стопроцентно невозможно, они будут всегда. При размещении информационных материалов на сайте, в социальных сетях и в СМИ нужно делиться и планами: какие действия будут предприняты в будущем для решения той или иной проблемы. Все это в совокупности будет формировать у зрителей телеканалов и читателей печатных СМИ положительные отзывы о проводимом мероприятии и о серьезности вашей волонтерской деятельности в целом.

Завершающим этапом реализации проекта является опубликование результатов: собранная сумма благотворительной акции, площадь, освобожденная от мусора при уборке территории, количество благополучателей, качественное изменение жизни людей и т. д., но не менее важно – отблагодарить добровольцев, партнеров, спонсоров, жертвователей и людей, которые помогали продвигать данный проект. Традиционно благодарность выражается в виде благодарственных писем, но гораздо приятнее, когда вам скажут «спасибо» через СМИ. Но и сами СМИ забывать нельзя. Нам с ними еще работать в реализации разнообразных молодежных проектов.

Список литературы

1. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : ООО «ИТИ ТЕХНОЛОГИИ», 2003.
2. Всеобщая Декларация Добровольчества, принятая на XVI Всемирной конференции Международной ассоциации добровольческих усилий. – URL: <http://www.kdobru.ru/materials/Всеобщая%20Декларация%20Добровольчества.pdf> (дата обращения 05.11.2018).
3. Учебно-методическое пособие по организации информационно-сопровождения молодежной работы. Наталья Зырянова. Редакция журнала «Наследник». Свидетельство о присвоении грифа «Одобрено Синодальным информационным отделом Русской Православной Церкви» № 043 от 20 января 2011г.

Влияние средств массовой информации на развитие мировоззрения молодежи на примере газеты «Борисоглебский вестник»

***Татьяна Писклова,
г. Борисоглебск Воронежской области***

Считается, что на воспитание ребенка влияют: семья – 50 %, СМИ – 30 %, школа – 10 %, улица – 10 %. Социологи говорят: необходимо при изучении влияния СМИ на молодежь рассматривать способы минимизации влияния негативной информации. И этот подход обоснован. Например, еще в 2009 г. глава МВД РФ Рашид Нургалиев на заседании Комиссии по профилактике правонарушений в России призвал закрыть «Дом-2» – передачу, которая, по его мнению, оказывает негативное влияние на молодое поколение [1].

Сотрудники районной газеты, можно сказать, каждый день смотрят в глаза своему читателю, поэтому они и стараются быть предельно честными с ним. Как же «Борисоглебский вестник» влияет на мировоззрение молодежи? Разберем на примере конкретных материалов.

Тема наркотических закладок

Аспекты:

- каждый месяц задерживают нескольких молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет, которые решили подработать с помощью распространения наркозакладок;

- почти каждый из этих «зеленых» курьеров во время задержания и последующих допросов просил правоохранителей: «Отпустите, мы больше не будем»;

- все они получают тюремные сроки от восьми лет.

Результаты публикации: это статья-предупреждение.

Мы рассчитывали на широкую аудиторию:

- прочтает молодежь – будет знать, что закладки – это не легкие деньги, а приговор;

- прочитают родители/бабушки/дедушки – познакомятся с четкими критериями, как распознать, что близкий человек распространяет наркотики.

Курьеры особо тяжких поручений

Оперативники бьют тревогу – борисоглебская молодежь из-за жадности легких денег идет закладывать наркотики

В Борисоглебское число преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков, выросло в два раза по сравнению с прошлым годом. Оперативники подразделения по контролю за оборотом наркотиков каждый месяц задерживают нескольких молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет, которые решили подработать с помощью распространения наркотиков. И почти каждый из этих «зеленых» курьеров по время задержания и последующих допросов просит правоохранителей: «Отпустите, мы больше не будем». Все они получают твердые сроки от восьми лет.

Невыдуманные истории – сломанные судьбы

22-летняя студентка Даша и ее 24-летний парень Александр решили подработать себе на еду и одежду. Устроившись в шушаровский магазин, они начали зарабатывать быстрым заработком молодой человек. Ровесники больше и легких денег зарабатывать равно не могли, поэтому влюбленная пара.

Их задержали прямо с крупной партией наркотиков. Молодые люди грозят до 20 лет лишения свободы по части 4 «г» статьи 228 УК РФ.

19-летний студент Вадим работал строителем. Парень рассказывал, что зарабатывал по 800 рублей в день. Этого хватало на самое необходимое, а также на другое: телефон, красивую одежду и развлечения. Стал наркостроителем, он смог зарабатывать 4 тысячи рублей в день, не нанимаясь официально. Через два месяца его взяли с крупной партией наркотиков. Сергей Вадим – под следствием. Ему тоже грозят до 20 лет лишения свободы по части 4 «г» статьи 228 УК РФ.

Наркокурьеры – студенты и даже школьники

За полгода – с января по июнь этого года – оперативники задержали больше десятка закладчиков. То есть, приблизительно, по два человека в месяц. Почти все задержанные на наркостроительстве в возрасте от 18 до 25 лет.

Задерживаемых их после нескольких месяцев работы, они плещут и просят: «Отпустите, я больше не буду». Им негласно



выбрасывать наркотики, отдать наркотики и попросить: «Заберите у меня, и я пойду». Они совсем не понимают своей ответственности за совершение – рассказывают старший оперуполномоченный группы по контролю за оборотом наркотиков ОМВД РФ по Борисоглебскому району Уткин.

Сегодня у оперативников есть информация о том, что курьеры в Борисоглебском районе 16-ти и 17-летние школьники. Эти данные обрабатывают сотрудники оперативного подразделения.

Рейд сажают, а на их место тут же приходит другие

Срок «контин» наркозаключенца на воле – короткий, максимум – три месяца. Именно столько времени хватает, чтобы оперативники отработали и взяли с полными курьера. При этом задерживая собой светит – лишь раскладывая арестованного криминального наркобизнеса.

– Закладчики – это раскладный «материал». Денег у ребят нет, им кидры с легкостью, поэтому на место пойманных курьеров постоянно требуются другие, – рассказывает Александр Уткин. – Зачастую закладчики уверяют, что в органах у них все куплено, все, торговля и не торговля. И, когда мы задерживаем молодого, они не понимают, почему так произошло.

Взали на «слабо»

Александр отсидел за наркотики 1,5 года. Для него так же, как и для его соратников, суд – добрый притон, а не тюрьма. Оставив школу, он стал мотаться по улицам, чтобы заработать денег. Он быстро, просто и много. Пока

раздумывал, вали на «слабо». Не успев опомниться, уже на оковы подсудимых.

– Ну, конечно, никаких денег на этот этап нет за южной провинцией, – рассказывает Александр Уткин. – Вспомнить об этом не хочу.

То, о чем Александр не хочет вспоминать, то есть об отказе заключенных к «браткам», нам рассказал еще один осужденный, 35-летнего Андрея за последние восемь лет за вооруженный грабж, поэтому отправившись за «молочкой» он начал все.

– К браткам отношения не сложились. Говорят, что деньги на воле, значит, деньги приносят пользу. Пока он полонный, то есть может приносить деньги, его родные могут приносить деньги. Тратить его не будут, – рассказывает Андрей. – Если нет денег, его жгут совсем безвредная участь.

Работа наркокурьера идет их сама

Сегодня зачастую на молодежь идут легки, но нереальные заработки, а работа наркокурьера идет их сама. Наркостроитель подрабатывает от 40 до 50 тысяч в месяц, пестрит рассказы в соцсетях и приложениях. Чаще всего торговцы так называемой дурью выкупают для своих перекупщиков с подпольными

работниками популярную интернет-платформу Таптал. Там можно обмениваться шифрованными сообщениями.

Многие наркокурьеры выкупают сифидрические наркотики, поэтому у срочных просят меньше. Тем, кто просят изрядный срок, держат уже не столько сгон (равно), и в этом случае сроки заключения увеличиваются до 20 лет и даже до пожизненного заключения.

Как распознать, что близкий человек распространяет наркотики

Насторожить следует, если человек опознанный, в случае, если у него есть знакомые или знакомые, которые могут получить срочную зарплату молодого человека или друзей по поводу другой сифидрии, или знакомые. В этом случае не стоит стесняться проверить переписку в мессенджерах, социальных сетях и на карманных телефонах.

– Как правило, молодые люди покупают себе в первую очередь дорогую одежду, телефон.

СПРАВКА

С января по июнь в Борисоглебском районе 40 преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков. Это в два раза больше, чем за аналогичный период прошлого года. Из них незаконного оборота наркотиков 3 кг наркотических средств, стоимость – в 2017 году за счет в крупном и особо крупном размере заведомо 20 уголовных дел, для сравнения, в прошлом году – 13.

И если такая другая вещь, по-прежнему, не «мистификация», то первый закончик, – обратил внимание Александр Уткин.

Чем закладчик отличается от искателя «клада»

Упеченные поисками закладок на улицах города наркостроитель в последние несколько лет стали привычным и обычным явлением в Борисоглебском. При этом закладчик в первую очередь, по этому поводу крайне мало, понимают в полиции. Жители все чаще пытаются самостоятельно искать средства на прожиточные нужды.

– Связываясь с этой категорией граждан не нужно – это может быть опасно. Нужно обязательно сообщать о таких случаях в дежурную часть по телефону 02, – посоветовал старший оперуполномоченный группы по контролю за оборотом наркотиков ОМВД РФ по Борисоглебскому району Уткин. – Неосмотрительная помощь для нас будет, если вы сообщите нам информацию о закладчиках.

Закладчик, или человек, продающий наркостроитель, «клад», всегда держит фотографию на мобильном телефоне своего тайника и делает описание места для клада.

– Невзависимо, ругаться, контактировать с такими людьми, но по возможности нужно запомнить, как выглядит такой человек, в чем одет, в какую сторону направился, в какую машину поехал. Передача таких сведений очень для нас ценна, – рассказывает Александр Уткин.

Альбина ГИЩЕВА, автор фото

В ТЕМУ

31 июля в суд направлены уголовное дело об организации преступного сообщества, которое обывало наркотики посредством закладки на территории Воронежской области, в том числе – Борисоглебской, а также Липецкой, Белгородской, Московской областей и в городе Москва.

В организованную группу входили 18 человек. Все обвиняемые – в возрасте от 20 до 32 лет, проживающие на территории нашей области, в основном – это не являются гражданами

соседних государств. Оборот наркотиков спонсировал закладчик, они занимались с 2015 года. В оперативных действиях и задержании участвовали и борисоглебские правоохранители.

Следователи доказали, что участники наработки совершили не менее 10 «особо тяжких преступлений», связанных с незаконным оборотом наркотиков. У обвиняемых изъяли больше 3,5 килограмма различных видов синтетических наркотиков. Преступления грозят до 20 лет лишения свободы.

Рис. 1. Курьеры особо тяжких поручений

«48 часов молчания, или Шанс сохранить жизнь»

Аспекты:

– благодаря Центру медико-социальной поддержки беременных сохранили жизни 19 % женщин, у которых уже началось направление на аборт;

– мы начали с реальных историй женщин, решившихся на аборт и в итоге сохранивших беременность;

– рассказали о последствиях аборта;

– подробно остановились на том, куда прежде всего может обратиться за помощью беременная женщина, оказавшаяся в трудной ситуации: в Центр медико-социальной поддержки беременных, который работает вместе с Борисоглебской Епархией и с Центром защиты материнства и детства «Ангел-хранитель».

Результаты публикации: это статья-разъяснение.

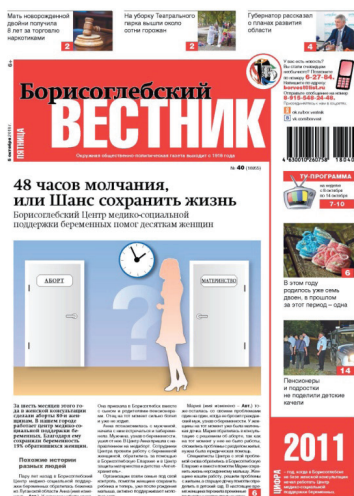


Рис. 2. 48 часов молчания, или Шанс сохранить жизнь

«Экстрим без памяти»

Аспекты:

– Подростки-велоэкстремалы стали кататься с мемориала, который возвели на братской могиле погибших за власть Советов;

– ребята отдали предпочтение мемориальному комплексу, несмотря на то, что в городе немало спортивных объектов.

Результаты публикации:

– Привлекли внимание к тому, что подростки развлекаются на братской могиле;

– администрация установила оборудование для занятий фри-стайлом на велосипедах на территории спортивного комплекса;

60

– полиция начала патрулировать участок, на котором расположен мемориал.

№ 23 (1000)

Экстрим без памяти

На братской могиле мемориала борцам за власть Советов подростки устроили ежедневные «покашухи»



Подростки на велосипедах, скейтах и самокатах выстраивают на ступенях мемориала

Городские власти недовольны поведением подростков, которые приходят на братскую могилу и устраивают «покашухи». В результате полиция начала патрулировать участок, на котором расположен мемориал.

Разговоры по душам на тему исторической памяти

В городе «Борисоглебск» активно работают по линии исторической памяти. В частности, в городе работают сотрудники, которые занимаются исторической памятью.

В городе «Борисоглебск» активно работают по линии исторической памяти. В частности, в городе работают сотрудники, которые занимаются исторической памятью.

В городе «Борисоглебск» активно работают по линии исторической памяти. В частности, в городе работают сотрудники, которые занимаются исторической памятью.

ДАСТ

Число убитых в 1-м полугодии составило 300 человек, или 10,7% в годовую 1 кв. 2017 года.

1 «А куда теперь нам?» Экстрим без памяти

Мы приехали в мемориал, чтобы поговорить о прошлом, о будущем и о настоящем. В результате мы не успели поговорить о прошлом, о будущем и о настоящем. Мы только поговорили о том, что мы сейчас делаем.

Мы только поговорили о том, что мы сейчас делаем. Мы только поговорили о том, что мы сейчас делаем. Мы только поговорили о том, что мы сейчас делаем.

Мы только поговорили о том, что мы сейчас делаем. Мы только поговорили о том, что мы сейчас делаем. Мы только поговорили о том, что мы сейчас делаем.



На братской могиле мемориала устроили «покашухи» и «покашухи»

Коммунисты оказались в курсе происходящего

Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего.

Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего.

Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего.

Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего. Коммунисты тоже оказались в курсе происходящего.

Рис. 3 Экстрим без памяти

«Ногами – на ротонду»

Аспекты:

- В социальных сетях появилась фотография молодого человека, который забрался с ногами на перила недавно покрашенной городской ротонды в Театральном парке;
- на осуждающие комментарии к этому фото парень реагировал агрессивно и даже угрожал.

Результаты публикации:

- Нам удалось связаться и с активным инстаграмщиком: «героический» настрой молодого человека упал после того, как он узнал, что администрация написала заявление в полицию;
- журналист предложила молодому человеку добровольно прийти в администрацию, что он и сделал;
- молодой человек купил краску и покрасил ротонду;
- газета на конкретном примере показала, что проступки влекут за собой наказание.

Феномен толерантности как социокультурного явления

*Александр Савостьянов,
Москва*

Проблеме и видам толерантности посвящено множество научных публикаций, авторы которых сходятся в одном: толерантность является неотъемлемым элементом современных общественных отношений, игнорирование которого приведет ко множеству негативных последствий, правонарушений и т. д. Обращаясь к Декларации принципов толерантности ЮНЕСКО, мы узнаём, что же кроется за этим термином: «Толерантность означает уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявления человеческой индивидуальности» [1]. Несмотря на множество пояснений и уточнений, которыми полна декларация главная мысль выражается именно так, а это, по сути, противоречит всему накопленному человечеством религиозному, культурному и социальному опыту. Формы человеческого самовыражения и способы проявления человеческой индивидуальности столь многообразны и различны, что человек с уже сформированной системой моральных, этических, эстетических и религиозных норм и ценностей не сможет относиться ко всему этому многообразию с уважением и пониманием.

Подобная проблема рассматривается в российских научных кругах. Отмечается, что формирование толерантности, например, в России, подразумевает искусственное моделирование, что способствует вытеснению естественной среды [2, с. 66], а это противоречит таким принципам толерантности, как отказ от навязывания взглядов и понимание многообразия культур и традиций [1]. В этом, на наш взгляд, и заключается парадокс толерантности как социокультурного явления, возникшего в конкретной культурной общности (европейской), отрицающего навязывание ценностей и провозглашающего уважение к многообразию культур, и при этом старающегося навязать

свою социальную модель всему остальному миру, ценностные ориентации и традиции которого существенно отличаются от европейских.

Тем не менее идеи культивирования толерантности в России, в частности воспитания её у детей в семье и школе, довольно широко распространены в отечественной педагогической мысли [3, с. 150]. Однако данное начинание сталкивается с печальной статистикой: в исследовании, посвященном толерантности родителей как фактору формирования оной у детей дошкольного возраста, проводился социальный опрос, по результатам которого лишь 2 % родителей обладают развитой этнотолерантностью, а 56 % (!) обладают ярко выраженными интолерантными установками [4, с. 104].

Важным тезисом данной работы является утверждение, что каждый человек, каждая сформировавшаяся личность имеет систему ценностей, а для каждой системы ценностей характерно наличие, скажем так, антиценностей. Для современной Европы или США характерно толерантное отношение к людям нетрадиционной ориентации, ведь это проявление их индивидуальности. Однако как можно привить уважение к таким людям истово верующему православному христианину или же мусульманину? Их система ценностей не приемлет подобного проявления человеческой индивидуальности, и они могут быть разве что терпимы к таким людям, сдерживаясь благодаря самоконтролю и правовым нормам (которые, к слову, не в каждой стране таких людей защищают).

Вот мы и подошли к категории «терпимость». Как утверждает А. Г. Асмолов, термин «толерантность» имеет три основных пересекающихся значения: устойчивость, терпимость, допустимое отклонение [5, с. 5]. Несмотря на то, что терпимость часто отождествляют с толерантностью, она имеет несколько иное значение. В русском языке терпимость – это готовность снисходительно относиться к чужому мнению [2, с. 65], можно также определить его как сознательный отказ от преследования тех, кто отличается от тебя. Она вовсе не подразумевает уважение или полного принятия, понимания, она означает со-

знательный, обусловленный объективными причинами (правовыми, моральными и др.) отказ от негативных действий в адрес тех, кто отличается от тебя. Подобная категория выглядит куда менее утопичной и более правдоподобной, нежели перевозносимые международными институтами принципы толерантности.

Почему же это так?

1. Национальные и религиозные традиции: любой человек воспитывается в атмосфере таких традиций, и система ценностей, которая выстраивается в процессе такого воспитания, никак не может воспринять все без исключения ценности, которые присущи другим народам, религиозным конфессиям. Даже в современном обществе люди не всегда удерживаются не только от неприязни, но и от прямой агрессии по отношению к отличающимся от них людям.

2. Индивидуальные особенности: в силу каких-либо детских воспоминаний, например, подслушанных разговоров взрослых ребенок так или иначе формирует множество стереотипов обо всём, чего сам понять пока что не может. Система ценностей ребенка формируется, опираясь на такие стереотипы, и у него может сформироваться негативное отношение к чему-либо, например к цвету кожи или разрезу глаз, на подсознательном уровне, от чего позже избавиться тяжело.

3. Субъективные причины: это, в первую очередь, негативное поведение тех самых иных, отличающихся от личности, которой пытаются привить толерантность. Несмотря на вполне справедливые суждения по типу «нет плохих наций, есть плохие люди», осадок у пострадавшего от действий представителя той или иной нации остается, тем более, если подобное повторяется неоднократно. Если же говорить о политической толерантности, то она вообще миф. Человек со сформировавшимися политическими убеждениями, напрямую отрицающими политические убеждения оппонента, может уважать его как человека начитанного или же за другие достоинства, но испытывать уважения к его политическим взглядам он не сможет, если, конечно, он сам яркий приверженец иных взглядов (например, демократы и монархисты).

4. Разрушающий элемент: он существует в каждом обществе, это представители самых разных радикальных движений, религиозных, национальных и так далее, которые ратуют за сохранение старых, или навязывают новые, не соответствующие терпимости, ценности. В то же время это масса индивидов, которые по самым разным причинам относятся нетерпимо к отличающимся от них людям.

Таким образом, главной проблемой для формирования толерантности, например, в Российской Федерации является то, что она не адаптирована под русский менталитет, культурные и нравственные нормы и традиции. К слову, в странах Европы тоже не достигнуто идеального взаимопонимания и принятия, как мы уже неоднократно замечали, «всех способов проявлений человеческой индивидуальности» [1]. Во множестве документов, статей и научных монографий категория «толерантность» расширяется и делится на множество уровней, через что авторы демонстрируют глубину и многозначность этого явления. Толерантность делится на активную и пассивную [6, с. 331], наиболее примитивным проявлением пассивной является безразличие, а наиболее прогрессивным проявлением активной является «критический диалог, расширение собственного опыта» [6, с. 331], отказ от догматизма и поощрение отличий, выявление в них хорошего, а не плохого. На наш взгляд, данное понимание толерантности является идеализмом, утопией. Нам стоит лишь вдуматься в саму природу человека и совокупности его ценностных ориентаций. С малых лет у человека развиваются определённые моральные, этические, нравственные установки. Установка, ценность – это, так или иначе, догма, представление о том, как должно быть. И если человек с развитым чувством прекрасного увидит перед собой другого человека, оббитого татуировками и пирсингом, ну, скажем фрика, который, к слову и является идеалом толерантности, поскольку он якобы отказался от социальных стереотипов, он не будет стремиться в критическому диалогу с ним, поскольку сам его внешний вид будет вызывать отвращение у данного человека.

Казалось бы, декларация и предусматривает решение данной проблемы через воспитание с малых лет, стремление к защите прав других [1], однако насильственное прививание взглядов, чуждых менталитету конкретного этноса или их совокупности, представляющей конкретное государство, не может привести ни к чему хорошему. В частности, для России, граждане которой пока что вполне обходятся терпимостью, логично обоснованным отказом от насилия, парадоксальная толерантность не видится нам, ввиду всего вышесказанного, верным ориентиром для социального развития.

Список литературы

1. Декларация принципов толерантности: – URL: <http://www.tolerance.ru/toler-deklaraciya.php> (дата обращения: 3ноября 2018 г.).
2. Грусман М. В. Толерантность: проблема понимания и определения / М. В. Грусман // Актуальные проблемы русской философии и культуры: материалы студенческой конференции 19 мая 2006 г. – СПб., 2007.
3. Ткачева З. Н. Формирование межкультурной толерантности как тенденция развития современного образования / З. Н. Ткачева, М. А. Голобокова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. – 2009. – № 2. – С. 150–154
4. Марченко Г. Б. Толерантность родителей как фактор формирования толерантности детей дошкольного возраста / Г. Б. Марченко // Актуальные проблемы психологического знания – 2001. – № 1. – С. 101–105.
5. Асмолов А. Г. Толерантность: от утопии к реальности. На пути к толерантному сознанию / А. Г. Асмолов. – М. : Смысл, 2000.
6. Клейберг Ю. А. Толерантность и деструктивная толерантность: понятие, подходы, типология, характеристика / Ю. А. Клейберг // Общество и право. – 2012. – № 4. – С. 329–334.

«Психические микробы» современного телевидения

**Владимир Тулунов,
Воронеж**

В декабре 1897 года на ежегодном собрании Императорской Военно-Медицинской Академии в своей знаменитой речи «Роль внушения в общественной жизни» Владимир Бехтерев сказал следующее: «В настоящее время так много говорят о физической заразе при посредстве физических микробов, что, на мой взгляд, нелишне вспомнить и о психической заразе, микробы которой, хотя и не видимы под микроскопом, но, тем не менее, подобно физическим микробам действуют везде и всюду и передаются через слова и жесты, через книги и газеты. Где бы мы ни находились, в окружающем нас обществе, мы подвергаемся уже действию психических микробов и, следовательно, находимся в опасности быть психически зараженными» [1]. Прошло более 120 лет, и тревога, прозвучавшая в словах великого психолога, возросла в разы: ведь к книгам и прессе добавились кино, радио, телевидение, интернет, другие средства массовой коммуникации. Думается, давно пора начать серьезный разговор о ценностных ориентирах современной тележурналистики, все чаще вызывающей тревогу и опасения за психическое состояние как работников микрофона, так и многомиллионной телеаудитории..

Как известно, существуют как общечеловеческие (добро, зло, совесть, справедливость), так и конкретно-исторические ценности (свобода слова, демократия, равенство). При этом справедливо считается, что это – некая норма, принятая большинством и одобренная многими поколениями в виде положительной традиции. Применительно к журналистике мы говорим о социальном (морально-нравственном, этическом, политическом, правовом) идеале, на который публицистика ориентируется и который она призвана отражать.

Поскольку ценности постоянно подвергаются внешним и внутренним воздействиям, то вектор их движения возможно и

необходимо обсуждать в СМИ в виде социального полилога. Более того, журналистика как важнейший социальный институт отвечает за их эволюцию, т. е. за развитие, противостоит их деградации. Поскольку культура личности и общества формируется на базе знаний, убеждений, потребностей, интересов, преобразуемых в ценности, журналистика вправе использовать паттерны, усиливая положительные стереотипы и нивелируя отрицательные установки. Такой подход является универсальным и действует на всех уровнях формирования личности – мировоззренческом, интеллектуальном, профессиональном, нравственном, этическом, эстетическом политическом, правовом и т. д. К сожалению, сегодня на российском телевидении мы нередко становимся свидетелями того, как разговор о ценностях сводится к обсуждению ценностей сугубо материальных...

Как же происходит создание новых, порой ложных, установок?

Сначала «расчищается место», т. е. подвергается уничтожающей критике многое из того, что считалось морально-нравственной нормой:

- приоритет идеального над материальным (коммерческий интерес превыше всего),
- разумное соотношение коллективизма и индивидуализма,
- уважение к опыту, к достижениям прошлого, к старшему поколению («коммуняки», «совки» и т. п.) и т. п.

Сегодня «лобовые» решения, как правило, отвергаются современной аудиторией, применяется метод «мягкой силы»: пересмотр социальных ценностей происходит исподволь, но постоянно («Капля долбит камень не силой, а частым падением»). И хотя менталитет трудно поддается переделке (противостоят прежде всего исторический, культурный и религиозный факторы), всё же временная его деформация, а то и кардинальная смена – при нашей пассивности – возможна (*«Вот и всё. Смежили очи гении. / И когда померкли небеса, / Словно в опустевшем помещении / Стали слышны наши голоса. / Тянем, тянем слово залежалое, / Говорим и вяло и темно. / Как нас чествуют и как нас жалуют! / Нету их. И всё разрешено»*).

То, что современная практика журналистики под влиянием внешних и внутренних факторов (аудиторного, конкурентного, технологического, типологического и др.) рождает новые жанры и формы подачи публикаций, – следует приветствовать, если бы порой не вызывала возражений и содержательная сторона телепередач, а также позиция их авторов и ведущих.

Но обратимся в историю. Еще осенью 2001 г. журналист Кирилл Набутов заявил, что наступило время кардинальных перемен на российском телевидении, которые он связал с передачей «За стеклом». Это первое реалити-шоу, аналог «Большого брата», в течение нескольких месяцев транслировалось на канале ТВ-6, сразу же поднявшемся на второе место во всероссийском рейтинге [2]. Следует заметить, что весь 2001-й год был ознаменован триумфом игрового ТВ – именно тогда на наши экраны пришли шоу-программы «Кто хочет стать миллионером?», «Слабое звено», «Алчность», «Последний герой», «Обратный отсчет», «Антимония» и др. Прогноз известного журналиста в чем-то сбылся (на телевидении стало намного меньше журналистики, зато больше – развлечений, спорта, рекламы), а в чем-то нет: все же телеигры на деньги не стали для россиян главными и массово не приветствуются (хотя бы публично) «актуализация индивидуалистических, эгоистических начал в человеке, создание ситуаций, когда одобряются (в том числе аплодисментами зала) действия, прежде публично осуждаемые (накопительство, использование запретных методов достижения цели...)» [3].

Сегодня ТВ вернулось к идее «лабораторного наблюдения» за конкретными людьми, родив форму документального телесериала, идущего сразу на нескольких главных отечественных каналах. История скандала «Джигарханян – Цымбалюк»¹ разворачивалась ежедневно (!) в течение месяца на «Первом канале» в передачах «Пусть говорят» и «На самом деле», а также на канале «Россия» в передаче «Андрей Малахов. Прямой эфир». Причем ведущие занимали противоположные позиции к участникам истории – то ли по причине личных пристрастий, то ли

¹Параллельно шел второй документальный сериал «Тимур – сын Спартака» – о признании актера Еремеева сыном актера Мишулина. Можно вспомнить и телеэпопею «Пьяный мальчик».

по причине тайного договора между каналами в целях поддержания интриги.

Итак, рождена новая форма подачи в телевизионной журналистике, в которой объединены элементы расследования и ток-шоу, в которой используются репортаж, интервью, прямой эфир и др. Есть мнение, что это вообще новый документальный жанр, апологеты которого выдвигают следующие аргументы: участие реальных героев; обсуждение – пусть и на сниженном уровне – важнейших социальных проблем: воспитания, образования, взаимоотношения полов; высокие рейтинги; «показ нас самих такими, какие мы есть»; неизменный интерес массы к личной (чаще всего тайной) жизни «звезд»; свобода выбора (кто-то добровольно соглашается быть подопытным, кто-то добровольно включает или выключает кнопку телеприемника) и др.

Критики ужасаются бездуховностью, бесстыдством, цинизмом и агрессией отдельных участников программ, нарушением моральных и этических норм, изначальной провокационностью передач, подталкивающих героев к обнажению в переносном, а порой и в прямом смысле, а зрителей – к роли подглядывающих и сплетничающих². В связи с этим из 15 ток-шоу больше всего претензий вызывают «общественно-социальные»³ ток-шоу «Пусть говорят» (ведущий Д. Борисов) и «На самом деле» (Д. Шепелев); из 7 ток-шоу канала «Россия 1» уничтожающей критике подвергается прежде всего передача «Андрей Малахов. Прямой эфир». К сожалению, манера ведения передач, использование сниженной лексики и т. п., характерные для названных выше общественных ток-шоу, перенимаются ведущими общественно-политических ток-шоу Первого канала («Время покажет» – А. Кузичев,

²Кстати, СМИ сообщили, что после и в результате этих передач «Следственный комитет России предъявил обвинение бывшей жене народного артиста СССР Армена Джигарханяна. Виталине Цымбалюк-Романовской грозит реальный срок. Причем по двум статьям, в том числе за разглашение тайны личной жизни» [4].

³«Общественно-социальное» – термин очевидно некорректный, являющийся плеоназмом, но такая разновидность передачи использована в опубликованном классификаторе. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Проект:Телевидение/Списки/Программы_и_телесериалы_Первого_канала

А. Шейнин, Е. Стриженова), «России 1» («Воскресный вечер» – В. Соловьев; «60 минут» – О. Скабеева и Е. Попов), НТВ («Место встречи» – А. Норкин) и др.

Апологеты же подобных передач утверждают, что дело лишь в чувстве меры и профессионализме модераторов и режиссеров подобного полилога, что не отменяет факта появления нового жанра – расследовательской журналистики с элементами шоу. Форма же или способ подачи уже достаточно известны: это – инфотейнмент (англ. infotainment от англ. information – информация и англ. entertainment – развлечение), нацеленный одновременно на разум и на эмоции, на информирование и развлечение аудитории.

Но в результате бума скандальных ток-шоу проигрывают все. Общество постепенно привыкает и подспудно требует всё новых и новых жизненных драматических историй, в которых происходит падение и развенчание кумиров, в которых показывается то интимное, на что прежде накладывалось табу. Здесь уместно будет вспомнить А. С. Пушкина, писавшего П. А. Вяземскому в 1825 г.: «Толпа жадно читает исповеди, записки etc., потому что в подлости своей радуется унижению высокого, слабостям могущего. При открытии всякой мерзости она в восхищении. Он мал, как мы, он мерзок, как мы! Врете, подлецы: он и мал и мерзок – не так, как вы – иначе».

Порой участники программ как будто забывают о стыде и скромности, радуясь тому, что им позволено публично пропагандировать новые модели поведения. Чувствуя себя героями, привыкая к безнаказанности, они оскорбляют присутствующих и даже распускают руки.

От всего этого страдает репутация телевидения, и часть квалифицированной аудитории уходит в интернет. Теряют уважение и журналисты: в социальных сетях пишут, как печально наблюдать, что молодой человек Дмитрий Борисов, еще недавно награждавшийся премией «ТЭФИ» «за свою коммуникабельность, интеллект, прекрасное умение держаться перед камерой», не гнушается откровенных провокаций и приемов манипулирования.

В конечном итоге подобные ток-шоу вредят и власти, ведь со временем не только лидеры мнений, но и простые телезрители осознают, что таким образом, во-первых, отвлекается внимание населения от постановки серьезных социальных проблем, а во-вторых, у них вызревает понимание, что не реагирующая на падение теленравов власть расписывается либо в неумении, либо в нежелании исправлять ситуацию.

Список литературы

1. Бехтерев В. М. Внушение и его роль в общественной жизни / В. М. Бехтерев. – СПб : Издание К.Л. Риккера, 1908. – URL: <https://www.litmir.me/br/?b=92750&p=1> (дата обращения 06.11.2018).
2. Тулупов В. В. На миру за стеклом / В. В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж. – 2002. – № 3–4. – С. 87–88.
3. Тулупов В. В. Новое «лицо» телевидения? / В. В. Тулупов // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века. Ч III. – М. :– 2002. – С. 3–4.
4. Два уголовных дела: Цымбалюк-Романовскую могут привлечь по серьезным статьям. – <http://www.vesti.ru/m/doc.html?id=2963295> (дата обращения: 09.12.2017).

Жанровые особенности сообщений и аудиторные предпочтения в интернете

*Мария Шилова,
Воронеж*

В настоящее время в поисковых системах можно обнаружить широкий спектр пользовательских запросов на «обзоры». Например, такие как: «обзор на плохое», «обзор на сквиши», «обзор на айфон X», «обзор модов на майнкрафт», «обзор и распаковка товаров с алиэкспресс», «обзор кукол монстр хай», «обзор лего звездные войны» и т. д.

С точки зрения теории журналистики, данные «обзоры» не всегда соответствуют критериям жанра «обзор» и часто содержат черты других жанров, что наглядно демонстрирует диффузию.

В Толковом словаре русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой «обзор» определяется как: «сжатое сообщение о том, что объединено общей темой» [1, с. 419]. Понятие «обозрение» в данном смысле имеет то же значение. Таким образом, можно говорить о синонимичности данных понятий.

Теоретики журналистики разделяют такие жанры, как «обозрение» и «обзор СМИ» по такому основанию, как предмет отображения. В случае коммерческих обзоров и обозрений предметом отображения выступают товары и услуги, что, на наш взгляд, позволяет в равной степени использовать термины «обзор» и «обозрение».

Для предмета обозрения характерна пространственно-временная или тематическая связь обозреваемых явлений, что в сущности можно отследить в коммерческих интернет-обзорах. Публицистические обозрения имеют строгую периодичность выхода в свет: ежедневные, еженедельные, ежемесячные [2, с.173].

В маркетинговой коммуникации периодичность выхода обзоров задают производители товаров и услуг и потребители-пользователи, формирующие запрос на определенную информацию. Так, в 2017 г. появились «обзоры» на пижаму-кигуруми, которая стала трендом пижамных вечеринок. При этом, если в обзоре рассматриваются товары различных производителей и

характеризуются коллекции определенного года (например. 2018 г.), то их легко можно отнести к данному жанру. А часто встречающиеся «обзоры» на одну вещь, приобретенную блогером / автором материала в интернет-магазине, вызывают вопросы и сомнения.

Филолог Борис Иомдин провел в Фейсбуке опрос: «Что вы читаете или смотрите: «обзор нового телефона» или «обзор на новый телефон»?» Оказалось, что 86 % опрошенных смотрят «обзор нового телефона», а оставшиеся 14 % – «обзор на новый телефон» [2]. Однако, наш опрос подростковой аудитории «ВКонтакте» показал, что 58 % из них смотрят «обзор на новый телефон», а 32 % – «обзор нового телефона».

По данным *Statista*, в 2018 г. россияне активнее других социальных площадок используют *YouTube* (63 % опрошенных). Поэтому видеообзоры пользуются большей популярностью, чем текстовые (вербально-визуальные). Об этом знают производители товаров и услуг, владельцы интернет-магазинов, создающие или инициирующие обзоры продукции в различных форматах.

Итак, «обзоры» в интернете часто относятся (либо содержат в себе) признаки следующих жанров:

1. *Рейтинг*. По А. А. Тертычному, цель материала подобного жанра заключается в том, чтобы осуществить определенную «ранжировку» сходных явлений по какому-то конкретному признаку. Эта цель достигается, прежде всего, за счет применения методов аналогии и сравнения [3, с.139]. В интернете «обзоры» часто строятся по типу «топ 10 лучших». Например, на *Zen-top.ru* пользователи могут увидеть топ лучших холодильников 2018 г. или топ лучших телевизоров, или топ 5 лучших недорогих брендов массмаркета и т. д.

2. *Рекомендация (совет) как аналитический жанр*. Публикация текстов, содержащих рекомендации (советы) по поводу того, как надо решать те или иные задачи, является ответом на соответствующие информационные ожидания аудитории. Если рассуждать о типе информации, являющейся содержанием рекомендаций, советов, то это будет предписательная (программная) информация [3, с. 236]. Лайфхаки по поводу покупки,

использования, эксплуатации тех или иных товаров близки данному жанру. Многие бьюти-блогеры, делая обзоры на различные линии косметики (например, Катя Клэп), дают собственные рекомендации по покупке определенных брендов.

3. *Репортаж*. Своеобразие публикаций, относящихся к жанру репортажа, возникает, прежде всего, в результате «развернутого» применения метода наблюдения и фиксации в тексте его хода и результатов [3, с. 86]. Так, обзоры и распаковка товаров с алиэкспресса с демонстрацией товара в действии; обзоры модов, пасхалок или читов на различные компьютерные игры с элементами геймплея, обзор автомобилей с тест-драйвом, как правило, больше напоминают репортаж, чем обзор.

4. *Рецензия*. Слово «рецензия» в переводе с латинского означает «просмотр, сообщение, оценка, отзыв о чем-либо». Можно сказать, что рецензия – это жанр, основу которого составляет отзыв (прежде всего – критический) о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики и т. п. [3, с.142]. «Обзоры» известного блогера _BadComedian на отечественные и зарубежные фильмы кинопроката по сути являются рецензиями, что объясняет интуитивное желание пользователей применять предлог «на» в сочетании со словом «обзор». Блогеры и рядовые потребители товаров и услуг не видят нарушения языковой нормы в «обзоре на айфон X» по причине того, что подразумевают «рецензию на айфон X». Как известно, рецензия может быть посвящена одному событию или явлению, что, очевидно, переносится на «обзор». Индивид, всесторонне рассмотревший одну модель телефона, называет это действие обзором. В данном случае наше мнение об особенностях словоупотребления сходно с мнением Бориса Иомдина [2].

Таким образом, на примере коммерческого обзора в интернете мы видим, как традиционный публицистический жанр трансформируется, подвергается диффузии. Все это происходит под воздействием новых условий функционирования сообщения и ряда экстралингвистических факторов. Нельзя списывать со счетов формат и канал передачи сообщения, маркетинговую направленность. Неизменными для сети интернет

остаются такие тенденции, как персонификация, конвергенция, мультимедийность и полистилизм.

Список литературы:

1. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : АЗЪ, 1994.

1. Иомдин Б. Обзор на шаурму: почему мы говорим на разных русских языках, но все равно понимаем друг друга / Б. Иомдин. – URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/16622-obzor-na-shaurmu-pochemu-my-govorim-na-raznykh-russkikh-yazykakh-no-vse-ravno-ponimaem-drug-druga> (дата обращения: 3 ноября 2018 г.).

3. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2017.

Наши авторы

Антонова Вера Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск, e-mail: belkich@rambler.ru

Бондаренко Кристина Юрьевна, п. Ольховатка, bondarenko. e-mail: kris2012@yandex.ru

Зыкова Ольга Васильевна, директор – главный редактор Ольховатского и Каменского филиалов АУ ВО «РИА «Воронеж», п. Ольховатка, e-mail: o.zykova72@yandex.ru

Иванова Наталья Сергеевна, заместитель директора – главного редактора Верхнемамонского филиала АУ ВО «РИА «Воронеж» – районная газета "Донская новь", e-mail: donnov0781@mail.ru

Кадырова Гульфия Хайдаровна, старший преподаватель кафедры теории и истории журналистики, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», г. Астрахань, e-mail: ghkadyrova@yandex.ru

Колеватова Юлия Сергеевна, студентка отделения журналистики Марийского государственного университета, Йошкар-Ола, e-mail: julia.kolevatova@yandex.ru

Коханова Людмила Александровна, доктор филологических наук, профессор факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, e-mail: L_kokhanova@mail.ru

Кудрявцева Мария Алексеевна, студентка Высшей школы телевидения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, г. Москва, e-mail: cool111Mariya@yandex.ru

Куйдина Валентина Андреевна, директор Каширского филиала автономного учреждения Воронежской области «Региональное информационное агентство Воронеж» – редакция районной газеты «Каширские зори», член Союза журналистов России с 1981 года. e-mail: kashirskie.zori@yandex.ru

Макарова Наталия Яковлевна, кандидат педагогических наук, декан факультета журналистики Российского государственного гуманитарного университета, г. Москва, e-mail: rsuh.makarova@gmail.com

Мясникова Цыризма Цыбенжабовна, старший преподаватель отделения журналистики и связей с общественностью факультета филологии и массовых коммуникаций Забайкальского государственного университета, г. Чита, e-palam@mail.ru

Неренц Дарья Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики факультета журналистики, Российский государственный гуманитарный университет, Россия, Москва. e-mail: ya.newlevel@yandex.ru

Пикulina Наталья Сергеевна, помощник благочинного по работе с молодежью Острогожского церковного округа, Руководитель волонтерского объединения «Союз равнодушных сердец», сотрудник студии «Губерния Острогожск», Россия, Воронежская область, город Острогожск. e-mail: pikulina.nata@mail.ru

Писклова Татьяна Петровна, директор Борисоглебского филиала «РИА «Воронеж»-редактор газеты «Борисоглебский вестник», e-mail: vesti-info@list.ru

Савостьянов Александр Иванович, доктор педагогических наук, профессор, профессор факультета журналистики ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», Россия, г. Москва, e-mail: kotova20082009@yandex.ru

Тулупов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор Воронежского государственного университета, Россия, г. Воронеж, e-mail: vlvtul@mail.ru

Филиппова Алена Вячеславовна, студент ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск, e-mail: aln.fil26@gmail.com

Черешнева Юлия Евгеньевна, доцент факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва, e-mail: ulia@chereshneva.com

Шилова Мария Александровна, кандидат филологических наук, доцент Воронежского государственного университета, Россия, г. Воронеж, e-mail: maria_prep@mail.ru

Содержание

Вера Антонова, Алена Филиппова. Деловая журналистика как фактор экономической социализации молодежи.....	3
Ольга Зыкова, Кристина Бондаренко. Роль социальных сетей в жизни молодежи.....	7
Наталья Иванова. Как привлечь молодежь местными новостями.....	12
Гульфия Кадырова. Действенность современных СМИ в оценках молодых журналистов.....	19
Юлия Колеватова Вариативность информационной политики изданий для молодежи как фактор манипулирования.....	24
Людмила Коханова, Юлия Черешнева. Средства массовой информации как фактор формирования межэтнических отношений.....	27
Мария Кудрявцева. Современная молодежь и интернет.....	32
Валентина Куйдина. Влияние средств массовой информации на развитие мировоззрения молодежи.....	34
Наталья Макарова Социальные сети в системе профессиональных компетенций будущего медиаспециалиста.....	39
Цыригма Мясникова. Уголовная ответственность за деяния, совершенные в интрнете.....	44
Дарья Неренц. Новостные ленты в социальных сетях как основной источник информации у молодежи.....	49
Наталья Пикулина. Волонтеры и средства массовой информации.....	54
Татьяна Писклова. Влияние средств массовой информации на развитие мировоззрения молодежи на примере газеты «Борисоглебский вестник».....	58
Александр Савостьянов Феномен толерантности как социокультурного явления.....	63
Владимир Тулунов «Психические микробы» современного телевидения.....	68
Мария Шилова. Жанровые особенности сообщений и аудиторные предпочтения в интернете.....	74
Наши авторы.....	78

Научное издание

МОЛОДЕЖЬ И СОВРЕМЕННЫЕ СМИ

Под общей ред. проф. В. В. Тулупова

Корректор: Т. П. Коновалова,
Компьютерная верстка П. И. Новиков

Подписано в печать 20.11. 2018 Формат 60X84 1/16

Гарнитура Times New Roman

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. п. л. 2,31 Тираж 100 экз.

Воронежский государственный университет

Факультет журналистики

3940689, Воронеж, ул. Хользунова, 40-а

Тел. (473) 274-52-71, vlvtul@mail.ru

Отпечатано в типографической лаборатории факультета
журналистики ВГУ