

Секция «Ювенильная журналистика в эпоху новых медиа»

## Информационные интересы целевой аудитории ювенильных СМИ в региональном пространстве ХМАО-Югры

Научный руководитель – Гризлюк Любовь Владимировна

*Филина Яна Андреевна*

*Студент (бакалавр)*

Сургутский государственный педагогический университет, Сургут, Россия

*E-mail: yana.filina@inbox.ru*

Ювенильная журналистика — это особый комплекс средств массовой коммуникации, создателями которой являются дети и подростки. Терминологически феномен детской журналистики выделила Д. И. Косолапова в работе «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций». Исследователь, применяя к журналистике термин «ювенильная», пишет, что таким образом подчеркивается «принципиальная в этом случае возрастная принадлежность авторства, которая определяет специфику журналистской деятельности детей и подростков» [2]. Этот тип журналистики отличается от других не только по возрастной категории участников, которые создают самодеятельные СМИ, а также по сбору, обработке и распространению информации.

Здесь в качестве целевой аудитории выступают как взрослые, так и дети и подростки. Данная целевая аудитория интересуется разными явлениями и событиями, в силу возраста, воспитания, мировоззрения, предрасположенностей и других факторов. А для создания качественного и интересного продукта необходимо понимание интересов всей целевой аудитории. Как утверждает Е. П. Прохоров, «руководителем» аудитории в выборе источников информации, формировании отношения к ним, отборе материалов для беглого знакомства или внимательного освоения (или полного игнорирования представленных текстов), в характере освоения информации, то есть “руководителем” реального ее информационного поведения, является информационный интерес» [3].

При этом следует различать понятия «информационные потребности аудитории» и «информационные интересы аудитории». Понятие «информационный интерес», как отмечает И. Д. Фомичева, «отражает реальную направленность внимания людей на определенные проблемно-тематические области, средства, источники, формы информации, типы и персоналии авторов и т. п.» [4].

Аудитория при выборе информации руководствуется как раз интересами — субъективными отражениями и выражениями информационных потребностей. «Интересы (что хочу) и мотивы (почему хочу) определяют систему предпочтений тех или иных рубрик, творческих форм, тематических пластов, областей и проблем жизни, авторов, что выражается в “читаемости”, “смотримости”, “слушаемости” публикаций и передач. <...> Каждый материал должен быть интересным, иначе, будучи помещенным в издание или включенным в программу, он не будет воспринят аудиторией» [3].

Сведения об информационных интересах аудитории можно получить путем опроса. В сентябре 2017 года нами было организовано анкетирование, в котором участие приняли представители целевой аудитории печатных ювенильных СМИ, функционирующих на территории ХМАО-Югры. Исследование проводилось в общеобразовательных учреждениях, которые участвуют в профориентационном проекте кафедры филологического образования и журналистики Сургутского государственного педагогического университета «Школа молодого журналиста “Меди@ полигон”».

61,5% исследуемых составили респонденты в возрасте до 18 лет, 20,2% в возрасте от 18 до 35 лет и 18,3% — от 35 лет. 74,3% составили представители женского пола, 25,7% — представители мужского пола.

Респондентам был задан вопрос «Какие рубрики и темы Вы считаете наиболее интересными?» и даны варианты ответов: «школьная жизнь», «жизнь поселений Югры», «культурные мероприятия», «творчество, мода», «здоровье и спорт», «достижения школьников и учителей, земляков», «социальные проекты», «выбор профессии и новости вузов/ссузов», «конкурсы, гранты, акции», а также опрашиваемые могли предложить свои варианты ответа.

Среди несовершеннолетних респондентов самым популярным ответом (34,3%) оказался вариант «школьная жизнь». За ним следует ответ «жизнь поселений Югры», который выбрали 14,9% опрошенных. 11,9% респондентов сказали, что их интересует здоровье и спорт, а творчеством и модой интересуются 11,9%. И только лишь 4,5% опрошенных детей и подростков интересуются профориентационной информацией (вариант ответа «выбор профессии и новости вузов/ссузов»).

Почти половина (45,5%) респондентов в возрасте от 18 до 35 лет сказала, что интересуется жизнью поселений Югры. Такие темы, как школьная жизнь, культурные мероприятия, а также здоровье и спорт выбрали 13,6% респондентов. Как показал опрос, социальные проекты и конкурсы, гранты, акции не входят в круг интересов опрошенной возрастной категории: ни один респондент не выбрал данные ответы.

В возрастной категории от 35 лет 40% опрошенных выбрали вариант «школьная жизнь». 20% респондентов выразили интерес к информации о достижениях школьников и учителей, земляков. О жизни поселений Югры хотели бы читать 15% респондентов. А вот культурные мероприятия, творчество и мода не интересуют опрошенных.

Учитывая то, что в большинстве своем учредителем школьной прессы является образовательное учреждение, и принимая во внимание характер взаимоотношений данного типа прессы с учредителем, о школьной прессе можно говорить как о корпоративной [1]. Поэтому дети и подростки, выбирая темы для публикации, не могут не писать о том, что происходит в образовательных учреждениях. Еще одним фактором при выборе тематики издания является территория, где функционирует данное СМИ и проживает целевая аудитория.

Обобщая все результаты проведенного исследования, можно сказать о том, что информационные интересы целевой аудитории ювенильных СМИ в региональном пространстве ХМАО-Югры как раз сосредоточены на информации про школьную жизнь и жизнь поселений Югры (31,2% и 21,1% соответственно).

Если в целом говорить об установлении контакта с целевой аудиторией, то это является профессиональным долгом всех журналистов. «Журналисту необходим живой интерес аудитории, ее заинтересованный отклик, укрепляющееся доверие» [3]. И сегодня необходима такая модель ювенильного СМИ, которое бы не просто содержало легкоусвояемую, интересную, полезную информацию, но и прививало создателям и читателям такого издания элементы информационной культуры.

### Источники и литература

- 1) Данилина А. А. Функциональная и жанрово-тематическая специфика школьных СМИ // Вопросы образования. 2013. №3. С. 126-140
- 2) Косолапова Д. И. Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций // Вестник Пермского ун-та, Серия рос.и зар. филология. 2010. №6. С. 191-195.
- 3) Прохоров Е. П. Эффективность деятельности СМИ по проблеме толерантности [Электронный ресурс] / Е. П. Прохоров. Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/prohorov-01.html>, свободный (дата обращения : 19.02.2018)

- 4) Фомичева И. Д. Социальные потребности и интересы - основа определения эффективности журналистики // Проблемы эффективности журналистики. М., 1990. С. 27-38.