

Секция «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

Портрет аудитории ювенильного СМИ (на материале информационного агентства «Юнпресс-Пермь»)

Научный руководитель – Мясникова Диана Игоревна

Лифанова Анастасия Александровна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Филологический факультет, Пермь, Россия

E-mail: aa_lifanova@mail.ru

На сегодняшнем этапе развития общества средства массовой информации являются одним из важнейших участников социальных отношений людей разного возраста, в том числе и подросткового.[1,4] Интернет как один из каналов СМИ стал инструментом для удовлетворения потребности в самовыражении и изучении собственной личности, в поиске определенного круга общения, обмена мнениями и обсуждения возникающих вопросов.[3,5] Данное явление выражается в активном использовании социальных сетей, ведении личного блога, участии в деятельности ювенильного издания, где подросток одновременно может быть и автором, и читателем.

Как правило, в научных работах ювенильное СМИ рассматривается как возможность творческой самореализации подростка, предметом исследований преимущественно становится деятельность юных журналистов. В нашем исследовании мы обратим внимание на тех, кто является адресатом публикаций юных журналистов, и попытаемся определить социальный портрет аудитории ювенильного издания на материале информационного агентства «Юнпресс-Пермь», а также выявить особенности её взаимодействия с данным изданием.

ИА «Юнпресс-Пермь» позиционирует себя как площадка, формирующая молодежное медиапространство Перми и Пермского края. [6] Публикации данного медиа представлены в сообществе в социальной сети «ВКонтакте». Количество подписчиков группы «Юнпресс-Пермь» на момент проведения исследования составляет 5774 пользователя (у 3710 пользователей указан женский пол, у 2060 - мужской пол).

Для выявления социального портрета аудитории нами был проведен онлайн-опрос, в котором приняли участие 203 пользователя (у 134 пользователей указан женский пол, у 69 - мужской пол). Для данной выборки доверительная вероятность составляет 85%. По результатам опроса, 56% ответивших не являются журналистами ИА «Юнпресс-Пермь», при этом 24% респондентов отметили, что хотели бы ими стать.

Если описывать женский социальный портрет аудитории, то это девушка в возрасте от 16 до 18 лет (46,3%), проживающая в Перми, не являющаяся журналистом «Юнпресс-Пермь». С организацией знакома от двух до трёх лет. Основной круг интересов: журналистская и общеобразовательная деятельности, культура (кино, театр, литература). В свободное время обычно занимается чтением книг, прослушиванием музыки (рок- или поп-направления), выполнением домашних заданий, прогулками по городу. В будущем планирует работать в сфере журналистики, связей с общественностью, маркетинга или экономики. Главным в жизни считает образование, финансовую стабильность и семейные отношения. Наименее интересным является признание окружающими.

Мужской социальный портрет аудитории представляет собой юношу в возрасте от 16 до 18 лет (40%), проживающем в Перми, не являющимся журналистом «Юнпресс-Пермь». С организацией знаком от полугода до года. Основной круг интересов: журналистская и общеобразовательная, спортивная деятельности, музыка (рок- или поп-направления). В

свободное время обычно проводит за компьютером, общаясь, слушая музыку, или занимается спортом. В будущем планирует работать в сфере журналистики, дизайна или инженерных технологий. Главным в жизни считает финансовую стабильность и интересную профессиональную деятельность. Наименее интересным является забота о себе.

Стоит отметить, для Интернета как коммуникационной среды характерно стирание границ между реальной социальной ролью пользователя и его виртуальным образом в интернет-среде.[2] Поэтому при изучении аудитории мы также использовали метод веб-аналитики через сервис «Socstat», чтобы соотнести информационные запросы аудитории на социальном и виртуальном уровнях.

По результатам опроса, у аудитории наибольший интерес вызывают материалы «Юнпресс-Пермь» на темы «Журналистика» (32%), «Путешествия» (31%), «Образование в школах и вузах» (22%). Наименее интересна IT-сфера (8%). Анализ поведения аудитории внутри интернет-СМИ показал, что публикации имеющие наибольшую вовлеченность (от 1,5% до 1,8%) отражают деятельность «Юнпресс-Пермь» как организации, события с культурных фестивалей в Перми и Пермском крае, истории про школьников и студентов из Перми и Пермского края, события с концертов пермских и российских групп, которые проходили в Перми.

Таким образом, мы видим взаимный интерес юных журналистов и их аудитории к событиям, личностям, явлениям, ограниченных масштабом микросреды. При этом в материалах, ставших популярными среди подписчиков, выражалось авторское «Я». Аудитории так же, как и авторам интересна передача не столько социально значимой, сколько личностно окрашенной информации.

На основе результатов исследования может быть конкретизирована редакционная политика информационного агентства, расширен список используемых жанров с технологической точки зрения, созданы новые медиаобразовательные программы, направленные на повышение качества профессиональных навыков при подготовке журналистских материалов.

Источники и литература

- 1) 1. Бутенко А.П. Социалистический образ жизни. — Прогресс, Москва: 1979. — С. 13.
- 2) 2. Иванов Д.И. Трансформация коммуникационной модели в сетевые СМИ: изменение роли аудитории. URL: file:///C:/Users/hp/Downloads/transformatsiya-kommunikatsionnoy-modeli-v-setev-h-smi-izmenenie-rol-i-auditorii%20(1).pdf (дата обращения: 23.02.2020 г.)
- 3) 3. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 40.
- 4) 4. Лагунова О.С. Концепции определения и измерения интернет-аудитории. URL: file:///C:/Users/hp/Downloads/kontseptsii-opredeleniya-i-izmereniya-internet-auditorii.pdf (дата обращения: 23.02.2020 г.)
- 5) 5. Макарова Л. Н., Копытова Н. Е., Королева А. В. Конструктивные и деструктивные возможности изменяющейся внешней информационной среды //Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 6 (110). С. 84-91.
- 6) 6. ЮНПРЕСС-ПЕРМЬ, молодёжное СМИ. [Официальная страница] URL: <https://vk.com/unpress> (дата обращения: 18.02.2020 г.)