

Секция «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

Новые форматы медиа в ювенильной журналистике как способ повышения интереса подростков к детско-юношеским изданиям

Рязанов Максим Игоревич

Студент (магистр)

Алтайский государственный педагогический университет, Исторический факультет,
Всеобщая история, Барнаул, Россия
E-mail: Agnovsim@gmail.com

Ежегодно, вот уже на протяжении 16 лет, редакция детско-юношеской газеты «САМИ» проводит выставку ювенильных изданий и медиапродуктов «Свежая строка». С 2016 года все издания размещаются на сайте газеты, а с 2020 года выставка получила статус Всероссийской. Онлайн-формат выставки позволяет наглядно отследить изменения в количестве участников по годам и увидеть тенденцию к сокращению школьных печатных изданий не только в Алтайском крае, но и по всей стране. Конечно, в первую очередь на это влияет недостаточное количество в школах компетентных кадров, готовых, сверх своей основной работы, взять на себя дополнительную нагрузку и руководство медиациентром. Однако, например, в Алтайском крае эта проблема не стоит остро: газета «САМИ», которая также является региональным отделением ООДО «Лига юных журналистов», находится в тесном и непрерывном взаимодействии с медиапедагогами региона, организует встречи и семинары для обмена опытом[1]. Вторая сторона этой проблемы отчасти решается появлением в школе новой должности - советник директора по вопросам воспитания, в функционал которого входит руководство школьными медиа.

При исследовании данной тенденции был проведен опрос школьников на тему их интереса к подростковым медиа, в ходе которых выяснилось, что 62% опрошенных вообще никогда не читали печатные издания, а 28% читают только школьную газету, если она есть в их школе. При этом опрос показал, что сегодня подростки не читают не только ювенильную журналистику, но и не интересуются подростковыми СМИ или тематическими журналами вообще.

Дополнили представление о проблеме глубинные интервью. Например, Валерия Филатова, юнкор «САМИ», рассказала:

«В нашей школе выпускают газету, но она не очень популярна, в основном потому, что она больше напоминает «отчетники»: прошло мероприятие, ученик выиграл в олимпиаде. Это все не очень интересно. Если бы в таких газетах мы могли рассказать про то, что нас волнует, наверное, в этом был бы смысл».

Противоположную ситуацию описала бывший руководитель школьного пресс-центра одной из школ города:

«В нашей школе газета всегда была рупором, дети понимали, что это средство коммуникации с администрацией. Материалы были разные, иногда очень критические в отношении учителей. Дети ощущали пользу от школьной газеты, ощущали реальную возможность высказаться и что-то изменить в лучшую сторону».

Однако ситуации, описанные педагогом, имели место несколько лет назад. Валерия Филатова о востребованности печатной продукции среди современных детей и подростков:

«У меня история с печатными журналами закончилась где-то в 5-6 классе. Активнее стали общаться с друзьями в соцсетях, там же стали читать новости и следить за подростковыми пабликами. Да, качество информации в них не всегда хорошее, но совершенно точно я могу сказать, что сегодня моя младшая сестра не знает, что такое журнал или газета и никто из моих одноклассников не читает ничего печатного. Это неудобно,

нужно идти, покупать, потом где-то хранить. Зачем, если можно читать все с экрана? Было бы здорово, если бы подростковые СМИ и ювенильные издания полностью перешли на онлайн-форматы».

Главный редактор детско-юношеской газеты «САМИ» Наталья Владимировна Юмашева высказывает альтернативную точку зрения относительно печатных изданий:

«В интернете сегодня любой человек может написать любую информацию, которая не нарушает закон РФ, но в работе СМИ действуют совсем иные механизмы: есть редактор, главный редактор, корректор, но главное - это напечатанное издание, в него уже нельзя внести правки, оно по определению имеет значительно большую ценность, чем публикация в интернете».

Таким образом, с одной стороны, отчетливо прослеживается неостребованность подростковых и ювенильных печатных изданий среди самих детей и подростков, с другой стороны, печатные издания по качеству и ценности по-прежнему преобладают над онлайн-публикациями.

Тем не менее в этом противоречии существуют компромиссы. Есть способы осовременить печатные издания, например, технология дополненной реальности позволяет разнообразить контент издания видеоматериалами и большим количеством фото[n2].

В современных реалиях путь через повышение качества и авторитета интернет-издания кажется наиболее верным. Мультимедийные форматы позволяют разнообразить контент и подобрать способ донесения информации до читателей в зависимости от целевой группы и смысла материала[n3]. Рост качественных и позитивных интернет-изданий со временем может искоренить из общественного сознания ощущение «несерьезности» и недоверия к интернет-публикациям.

Тем не менее это вовсе не означает, что печатные издания должны стать архаизмом. Печатным СМИ также необходимо перестраивать свою работу, стремиться отвечать запросам подростков. Например, в городе Геленджик расположен детский оздоровительный лагерь «Нива», на базе которого работает проект «КиноНива». В рамках этого проекта работает отделение детской журналистики, на котором дети учатся основам журналистики, выпускают видеонюжеты и газету. Цветная яркая газета с дополненной реальностью дважды за смену клеится на тумбу в центре лагеря и пользуется не меньшей популярностью, чем новости на экране. Эту популярность ей обеспечивают в том числе и формы подачи материалов, ориентированные на детскую аудиторию: интерактивы, игры, инфографика, рисунки и пр.

Этот пример наглядно демонстрирует что печатная ювенильная продукция не конкурирует с другими форматами, а мирно сосуществует с ними на одной площадке, в чем-то дополняет их, в чем-то дополняется ими. Поэтому сегодня ювенильным изданиям как никогда необходимо прислушиваться к своей аудитории, отслеживать ее интересы и дополнять свои продукты современными форматами, чтобы оставаться актуальными и востребованными своей целевой аудиторией.

Источники и литература

- 1) 1. Рязанов М. И. Взаимодействие ювенильных СМИ как средство повышение медиакомпетенций школьников региона // Материалы международного молодежного научного форума «Ломоносов-2020» [Электронный ресурс] – М.: МГУ, 2020. Электронное издание комплексного распространения.
- 2) 2. Рязанов М. И. Раскрытие образовательного потенциала технологии дополненной реальности в редакции ювенильного СМИ на примере детско-юношеской газеты «Сами» // // Материалы международного молодежного научного форума «Ломоносов-

2019» [Электронный ресурс] – М.: МГУ, 2019. Электронное издание комплексного распространения.

- 3) 3. Юмашева Н. В. Практика и перспективы использования мультимедийных технологий в детско-юношеских печатных изданиях // Цифровизация коммуникативнокультурной памяти: роль журналистики как социального института: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Екатеринбург, 25–26 апреля 2019 г.). В 2-х ч. — Ч. 2. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. — С. 61–65.