

ния. Например, «Внешнеэкономическая деятельность», «Наша марка», «Панорама», «Дорогая моя столица», «Сотрудничество», «Беларусь промышленная», «Предприятия Холдинга МТЗ» и другие. В них делается акцент на то, как через финансово-хозяйственную деятельность предприятия, решаются вопросы социального благополучия и защищенности каждого работника трудового коллектива и ветеранов. Показывая возможности коллективов создавать инновационный экспортоориентированный продукт, журналисты газеты доносят до читателя информацию о том, в каком направлении движется коллектив и каковы дальнейшие перспективы у самого предприятия. Таким образом, у работников ОАО «МТЗ» развивается уверенность в своих профессиональных возможностях и гордость за свой собственный и коллективный труд. К тому же они получают ответы на вопросы, которые их больше всего волнуют. Материалы социальной проблематики затрагивают самые разнообразные вопросы жизнедеятельности производственного коллектива.

Почему именно сейчас необходимо уделять им такое пристальное внимание? Ведь газета на протяжении всей своей истории уделяла достаточно много места на своих страницах такой тематике. Социально-экономические условия деятельности, политика руководства ОАО «МТЗ», читательский интерес и заинтересованность творческого коллектива – главные факторы, повлиявшие на такой выбор корпоративного СМИ – газеты «Беларус-МТЗ обозрение».

**Елена Росинская**

*Киевский национальный университет им. Б. Гринченка  
(Украина)*

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕССЫ: ТРАДИЦИИ И НОВАТОРСТВО**

Традиционно в Украине развитие детской и молодежной прессы считалось одним из приоритетных направлений, поскольку воспитание подрастающего поколения является важным аспектом развития общества во все эпохи и времена.

Еще в XIX веке в Украине были созданы такие журналы для детей и молодежи, как «Наша хата», «Приятель детей», «Библиотека для молодежи», «Молодая Украина», «Звонок», причем преимущественно в западных областях Украины, поскольку украиноязычная пресса практически не развивалась в восточных регионах. До 90-х годов XX века

вопросы молодежной политики и воспитания детей строго регламентировались, что имело как положительные, так и отрицательные стороны. К положительным стоит отнести огромное внимание, уделяемое вопросам воспитания молодежи, затраты на издание детских и молодежных журналов, тиражи этих изданий, однако стоит отметить и четкую содержательную направленность всей прессы, игнорирование определенных проблем молодежи, однобокое освещение некоторых аспектов жизни юного поколения.

Для того чтобы проиллюстрировать масштабы функционирования молодежной прессы, приведем некоторые примеры. Так «Зирка» выходила более чем миллионным тиражом, всеукраинская «Молодь України» в течение продолжительного периода имела около полумиллиона экземпляров. Даже областные молодежные издания, как например «Молодой буковинец», выходящий в Черновицкой области, одной из наименьших в Украине по территории, достигал 40 тысяч экземпляров.

В сегодняшней Украине проблема детской и молодежной прессы, особенно на украинском языке, стоит достаточно остро. При этом теоретических исследований молодежного медиарынка практически не осуществляется. Среди научных изысканий в этой сфере можно назвать статью д. филол. наук. Н. Тимошика «Особенности формирования новой украинской молодежной прессы накануне развала СССР (1986–1991 гг.)» [2], частично эти вопросы раскрываются в диссертационных исследованиях Н.Г. Сорокиной «Государственное управление формированием ценностных ориентаций современного украинского общества» (2008) [1], С.Г. Цибина «Истоки и эволюция идеологических основ молодежной политики в современной Украине» (2011) [3], хотя в общем исследовались скорее ключевые аспекты молодежной политики, а не медийный продукт как таковой.

На современной рынке молодежной прессы Украины представлен как развлекательный, так и образовательный сегмент.

Так, можно назвать журнал «OOPS!» («Упс»), довольно популярный среди молодежи, в котором в легкой развлекательной манере представлена информация о моде, кино, эстраде, жизни звезд.

Журнал «Одноклассник» издается для подростков 13–16 лет и является развлекательно-образовательным, представляя информацию о жизни подростков, в частности, психологических возрастных проблемах, в том числе предлагая психологические тесты, информацию о мире музыки, кино, театра, спорта.

Образовательный сегмент ярко представляет журнал «Країназнаць», который позиционирует себя как научно-популярный продукт, рассчи-

танный на старшеклассников. Материалы журнала дают возможность расширить знания в области математики, химии, биологии, географии, кибернетики, радиофизики и т. д. Примечательно, что журнал имеет онлайн-версию и распространяется в подписке как в печатном виде, так и в электронном.

Студенческую молодежь охватывает журнал «Я, студент», на страницах которого размещаются материалы об учебе в Украине и за границей, об экзаменах и проблемах подготовки к ним, а также познавательно-развлекательные материалы о музыке, кино, отношениях между людьми и т. п. Это первый в Украине гляцевый журнал для молодежи, который выходит с 1997 года и на современном этапе имеет свою онлайн-версию.

Для учащейся молодежи также работают издания крупных украинских университетов: «Университет» (Киевский национальный университет им. Т. Шевченко), «Киевский политех» (Национальный университет «Киевский политехнический институт»), «Каменяр» (Львовский национальный университет им. И. Франко), «Академия» (Тернопольская академия народного хозяйства), «Острожская академия» (Острожская академия).

Интересным продуктом является журнал для служащей в армии молодежи «Камуфляж», информирующий своих читателей о буднях современной армии, истории военного дела, о службе украинских солдат в Миротворческих силах ООН, о видах оружия.

В интернет-пространстве осуществляют свои издания журналы «5 баллов», «Палиндром», «Отрок», «Помощник абитуриента».

Анализ тиража названных журналов позволит проанализировать общее состояние печатных изданий для молодежи на украинском рынке: «Упс» – 200 тыс. экземпляров, «Одноклассник» – немногим более 100 тыс., «Краиназнань», «Я, студент» – определяется по количеству подписчиков можно приобрести электронную версию или обратиться к онлайн-формату, «Камуфляж» – 10 тыс. экземпляров.

Современной тенденцией является создание «самиздатовских» журналов в интернете, не требующих больших затрат и позволяющих очень быстро реагировать на новости, события, актуальные проблемы. Примером таких изданий являются «Студенческий портал», «Бонет», «Коллега». Специалисты считают, что именно за этим видом прессы будущее нашего молодежного медиапродукта.

Даже поверхностный анализ тематики и тиража молодежных журналов в Украине дает возможность сделать определенные выводы и обозначить ключевые проблемы в этой сфере.

1. Явно недостаточним является тематический спектр молодежной прессы, поскольку, как правило, в погоне за коммерческой привлекательностью отдается предпочтение популярной развлекательности, что не дает возможности освещать серьезные проблемы жизни молодежи.

2. Практически отсутствует четкая специализация тематики журналов для молодежи: учеба и наука, досуг, спорт, театр, кино, психология и т. п., что обусловлено стремлением к универсальности и максимальному охвату аудитории читателей.

3. Тиражи печатной продукции заметно падают, поскольку молодежь все больше переходит в онлайн-пространство, что вызывает необходимость развивать онлайн-издания. Однако не все коллективы реагируют на это достаточно оперативно, а это снижает популярность издания.

4. Отсутствует продуманная государственная политика в сфере молодежных СМИ, на развитие которых не выделяется достаточно средств.

Таким образом, молодежная пресса в Украине, несомненно, существует, имеет огромные перспективы для развития, что требует формирования комплексных государственных программ, создания долгосрочных проектов.

#### *Литература*

1. Сорокина, Н.Г. Державне управління формування ціннісних орієнтацій сучасного українського суспільства: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Н.Г. Сорокіна; Дніпропетр. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. – Д., 2008. – 20 с.
2. Тимошик, М. Особливості формування нової системи української молодіжної преси напередодні розвалу СРСР / М. Тимошик // Журналістика. – 2010. – № 9 (34). – С. 22–40.
3. Цибін, С.Г. Витоки та еволюція ідеологічних засад молодіжної політики в сучасній Україні: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / С.Г. Цибін; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. – К., 2011. – 20 с.

**Вольга Самусевіч**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

## **ПАЛІТЫЧНЫ МЕДЫЯДЫСКУРС У НАЦЫЯНАЛЬнай ІНФАРМАЦЫЙнай ПРАСТОры**

У навуковых даследаваннях усё большую актуальнасць набывае арыентацыя на вывучэнне палітычнага медыядыскурсу як выразнага інструмента фарміравання грамадскай думкі. У адпаведнасці з двума стваральнікамі тэкстаў палітычнай камунікацыі (прафесійныя палітыкі