

УДК 070

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10308

## ИСТОРИКО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОЛОДЕЖНЫХ СМИ НА ПРИМЕРЕ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**О. Е. Видная**

*Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина, Тамбов*

*Издания, ориентированные на молодежную аудиторию, были и остаются важнейшим социальным ресурсом. В статье предпринята попытка проследить историю и тенденции развития молодежного сегмента средств массовой информации на информационном рынке Тамбовской области, начиная с комсомольских газет и заканчивая современными молодежными информационными проектами в сети Интернет.*

**Ключевые слова:** история тамбовской журналистики, молодежные издания, вузовские газеты, медиапроекты.

Журналистика всегда была важнейшим социальным институтом, который активно влияет на процессы социализации молодого поколения. Более того, исследуя эти механизмы ученые отмечают возрастающую роль СМИ на молодежь, так как: «... непосредственное личное общение уходит на второй план, а информационное взаимодействие с окружающей средой становится для молодого человека одним из важнейших факторов становления и развития его личности» [4]. В системе средств массовой информации советского периода всегда существовала типологическая группа, целевой аудиторией которой была молодежная аудитория. Сегодня, несмотря на то, что среди основных информационных механизмов реализации государственной молодежной политики выступают СМИ и интернет, ситуация на информационном рынке выглядит противоположной. Отечественные авторы, рассматривая разные стороны функционирования молодежных СМИ, подчеркивают общую кризисную ситуацию на рынке молодежных изданий [1; 4; 7]. «Характерным для настоящего времени можно считать недостаточность использования государственными органами современных каналов информации для формирования лояльности молодежи к российским ценностям, воспитанию и укреплению общечеловеческих ценностей, выработке активной гражданской позиции, формирующей у молодежи установки позитивного образа жизни», – отмечает Н. В. Розенберг [10].

В данной статье предпринята попытка проанализировать историю и современность существования молодежных СМИ в Тамбовской области (1921–2019 гг.). Уточним, что под молодежным сегментом медиа, мы подразумеваем средства массовой информации, ориентированные на молодежную аудиторию в возрасте от 14 до 30 лет [9].

В истории тамбовской журналистики молодежной тематике уделялось должное внимание, к тому же это диктовалось общей государственной политикой. В октябре 1921 года отдельным приложением к «Известиям Тамбовского губернского Совета рабочих, крестьянских и солдатских депутатов» (затем «Тамбовская правда») вышел «Юный труженик», позже печаталась «Юношеская правда», а в 1927–1928 гг. издавалась газета для сельской молодежи – «Молодой крестьянин». На территории Липецкого уезда Тамбовской губернии в 1920 году выходил печатный орган комитета Российского коммунистического Союза молодежи – «Красная молодежь» [8. С. 197].

В 1938 году в Тамбовской области (через полгода после официального образования области в современных границах) был создан печатный орган областного комитета Всероссийского Ленинского коммунистического Союза молодежи (ВЛКСМ) – «Молодой

сталинец». Тираж газеты составлял 30 000 экземпляров, а периодичность – один раз в два дня. Именно она постепенно стала легендарной «молодежкой» и одним из самых популярных изданий в истории тамбовской журналистики. Основная задача первых лет – активная помощь партии и комсомолу в строительстве нового общества. Издание для молодежи, поэтому среди корреспондентов было немало учащихся и молодых рабочих. «На первых порах в редакции «Молодого сталинца» ощущалась острейшая нехватка квалифицированных газетных работников» [11. С. 170]. В связи с этим газету постоянно ругали за «низкий уровень» и плохое оформление. Но уже к 1941 году наметилась тенденция к повышению качества газеты, она начала освещать не только официальные вопросы, но и темы, вызывающие интерес молодежи. Однако Великая Отечественная война прервала существование газеты, а молодежная тематика сосредоточилась на страницах газеты «Тамбовская правда».

Деятельность редакции была возобновлена только в 1951 году. Газета писала об успехах в развитии промышленности и сельского хозяйства, воспевала героев «сталинских строек». Был налажен учет писем, редакция старалась не оставлять без внимания ни одного сигнала читателей, что позволило обогатить содержание газеты. Читательские письма вскрывали различные недостатки и проблемы, разоблачали нерадивых руководителей.

После развенчания в 1956 году культа личности Сталина газета поменяла название. В одном из первых номеров обновленного «Комсомольского знамени» среди основных задач было отмечено: «откликаться на запросы молодежи, подхватывать ее творческую инициативу», «пропагандировать все новое, передовое, беспощадно бороться с косностью и отсталостью», «организовывать молодежь, помогать в ее повседневной работе» [3. С. 7].

В 60–70 годы XX века издание, выполняя поставленные цели, стало одним из самых популярных в области. Среди рецептов популярности: широкая актуальная тематика, острые выступления, многочисленные иллюстрации и фотографии, юмор и сатира, живой и понятный язык, ответ на запросы читательской аудитории. В газете появились литературные страницы и поэтические подборки, регулярно освещалась школьная жизнь, велась спортивная рубрика. Заботилась тамбовская «Комсомолка» о культуре быта, об идейном воспитании молодежи, бичевала недостатки в этой области.

«В 1960-е гг. молодежная газета активно искала новые формы работы, нестандартные подходы, вела постоянный поиск новых форм общения с читателем: проводились беседы за «круглым столом», конкурсы на призы газеты, занятия в Школе комсомольского корреспондента, активно работала литгруппа при редакции» [3. С. 8]. Газета являлась кузницей кадров для областных и общероссийских изданий, центром притяжения поэтов, писателей, творческой молодежи области.

Областная молодежная газета как орган обкома комсомола исчезла вслед за самой организацией в 1992 году. Попытка сохранить «молодежку» в области, к сожалению, не увенчалась успехом. Сначала она получила название «Молодежная газета», в 1993 году была переименована в «Экспресс-репортер». Тиражи стремительно падали, а в 1998 году в связи с экономическими трудностями газета закрылась.

Говоря о молодежной прессе, надо упомянуть вузовские газеты. Именно в них, по утверждению А. Н. Болкунова, «студенческая жизнь всегда была одной из важнейших тем» [2]. Так, многотиражная газета Тамбовского государственного педагогического института «Народный учитель», основанная в 1957 году, стала одной из самых популярных. Ее главные темы: студенческая жизнь, вузовская работа, партийная и комсомольская деятельность. Наравне со студентами на страницах многотиражки публиковались преподаватели института, директора школ, молодые учителя, школьники. Благодаря этому газета имела достаточно большую аудиторию. «Народный учитель» в вузе даже называли еще одним факультетом. Редакция газеты сотрудничала с областными

изданиями, в том числе с вышеупомянутым «Комсомольским знаменем». Зачастую многотиражка не отставала от них в освещении событий областного масштаба. Газета стала школой мастерства для многих писателей и журналистов Тамбовщины.

В связи с образованием на базе пединститута Тамбовского госуниверситета (ТГУ) газета получила название «Университетские вести» (1995–2002), с декабря 2002 – «Державинский вестник». Как корпоративное издание существует до сих пор, однако выходит нерегулярно и выполняет в большей степени имиджевые функции, работая на аудиторию абитуриентов. С 1997 года подобное корпоративное издание существует в тамбовском техническом вузе (ТГТУ) – «Альма Матер». Можно констатировать, что в условиях нехватки молодежных изданий, именно этот тип СМИ продолжает традиции студенческой прессы и аккумулирует молодежную тематику в регионе. Эту же роль играют и корпоративные телевизионные студии, работающие при высших учебных заведениях. Студия «Альма Матер» ТГТУ была создана в 1994 году, научно-образовательная лаборатория университетского телевидения в ТГУ – в 2009. Видеопродукцию можно увидеть на тамбовских телеканалах и в интернете. Они выполняют корпоративные, образовательные, просветительские функции. Редакции имеют награды профессиональных и студенческих конкурсов. Таким образом, студенческие СМИ необходимо рассматривать как важную часть сегмента молодежных медиа.

В последнее десятилетие прошлого века на территории страны изменение политических и экономических условий повлекло резкое увеличение новых изданий. Тамбовская область не стала исключением. Информация перестала быть монополией официальных печатных органов.

Через год после появления в 1997 году в качестве приложения к областному изданию «Тамбовская жизнь» (бывшая «Тамбовская правда») «Ровесник» стал самостоятельным изданием. В 2001 году газета вместе с познавательным приложением «Пилот» вошла в число лауреатов Всесоюзного конкурса «Золотой гонг», а через год её признали лучшей газетой области (2002). «Концепция газеты основана на идее близкого сотрудничества со школами, которые в данном случае выступают как площадки для работы и творчества штатных журналистов» [6. С. 243]. Информационная политика издания и аудиторная ниша не раз менялась, но основной целевой аудиторией оставались школьники младшего и старшего возраста. Именно поэтому газета не смогла стать информационным флагманом студенчества и более старшей возрастной группы. В 2011 году «Ровесник» наряду с большинством районных изданий вошел в издательский дом «Мичуринск». В последние годы печатный вариант и вовсе перестал существовать, а на основе газеты в 2018 году зарегистрировано сетевое СМИ – «Редкий Экземпляр». Сегодня – это сайт и социальные страницы, наполненные новостями и спецпроектами для школьников.

В 2005 году издательский дом «Тамбовская жизнь» сделал еще одну попытку создать молодежную газету. Издание с характерным названием «17+» просуществовало всего несколько месяцев. Проект был достаточно смелым, но концепция издания оказалась не совсем продуманной, не была учтена специфика возрастной аудитории, да и финансовые возможности учредителя.

Второе десятилетие XXI века было ознаменовано активным переходом региональных СМИ в интернет-пространство. Причем, несмотря на то, что интернет-среда изначально ориентирована на молодую аудиторию, приток аудитории к общественно-политическим проектам не наблюдается. Как справедливо подмечают исследователи, рассматривая функционирование региональных редакций, «если целевая аудитория перестанет поступательно «обновляться», их значимость как особого социального института, центра обсуждения злободневных тем и решения общественных и часто даже личных вопросов может быть полностью потеряна» [7]. Надо прилагать особые

усилия, для того чтобы привлечь молодую аудиторию к общественно-политическим медиа.

Один из примеров – частный интернет-журнал «Новая Медиа Волна», который был создан в 2011 году с целью реализации молодежных проектов и инициатив. Основная аудитория – молодые люди от 14 до 30 лет. Журнал включает печатную версию, сайт и социальные сети, был запущен подкаст на радио. Он публикует интервью российских и зарубежных звезд из мира моды, кино, спорта и творчества. Его героями становятся и молодые люди, наиболее активно проявившие себя в той или иной сфере. Очень важно, что редакция журнала выполняет организаторские функции: проводит различные премии, конкурсы, флешмобы.

С 2014 года на базе муниципального учреждения «Дом молодежи» при Комитете по молодежной политике, физической культуре и спорту города Тамбова действует молодежное телевидение «Лайм-ТВ» (распространяется в социальной сети). Несмотря на то, что его основной функцией являются видеодоклады с официальных городских мероприятий, «Лайм-ТВ» делает это неформально, креативно, таким образом формируя позитивный имидж города для молодых людей.

Анализируя белгородскую молодежную журналистику А. М. Аткина подчеркивает, что стимулом для появления новых изданий стало открытие факультета журналистики [1. С. 145]. Подобную тенденцию можно проследить в связи с появлением профессиональной журналистской подготовки в ТГУ в 1996 году.

В 2011 году заметным явлением в Тамбове стал журнал «Ашка», ориентированный на аудиторию от 15 до 20 лет. Несмотря на доминирование рекламно-развлекательной функции - журнал издавался рекламным агентством «Арт-рек» – он пользовался популярностью. Это объясняется тем, что коллектив редакции, куда входили, в том числе студенты и выпускники журфака, смог найти актуальные для молодежной аудитории темы, интересные дизайнерские решения, привлекал возможности социальных сетей. Журнал выходил чуть больше года, но был закрыт в связи с финансовыми трудностями [5. С. 83].

В 2013 году на базе специальности появилось молодежное издание «Регион. Молодежь». Этот современный медиапроект попытался объединить студенческие СМИ ведущих вузов области на одной площадке. Аудитория газеты «Регион. Молодежь» объединяла учащуюся молодежь, выпускников и абитуриентов. Редакция строилась на принципе коллегиальности, а особенность состояла в том, что каждый участник редакции мог попробовать себя в различных ролях. Кроме бумажной версии студенты активно использовали социальные сети, проводили молодежные акции и флешмобы. В результате реализации данного проекта на протяжении пяти лет в области функционировало современное студенческое СМИ. За это время «Регион. Молодежь» получил грантовую поддержку на федеральном форуме «Территория смыслов»; стал призером различных конкурсов и медиафестивалей. Однако в 2018 году издание прекратило свое существование, так как не нашло необходимой финансовой поддержки.

В 2019 году в ТГУ был создан Молодежный Медиацентр, который также пытается удовлетворить информационные потребности современной аудитории. Его задача – распространение молодежного контента на сетевых площадках, создание неформальной коммуникативной среды при обсуждении событий в вузе и вне его стен. Аудиторная группа данного проекта – абитуриенты, студенты и молодые преподаватели вуза. Всего за год студентам-журналистам при поддержке вуза удалось объединить студентов для продвижения общественно-значимого контента в социальных сетях и по сути создать многофункциональную молодежную редакцию. Медиацентр не ограничивает свою деятельность только информационной функцией. Студенты занимаются организацией мероприятий, продвижением контента в различных формах, пиар-сопровождением молодежных проектов, проводят медиафестивали и образовательные мастер-классы и

т. д. При этом, надо отметить, что они имеют минимум ресурсов, что, конечно же, влияет на дальнейшие перспективы.

Таким образом, надо констатировать, что за последние 25 лет в области, к сожалению, так и не появилось полноценного и качественного молодежного медиаресурса, способного объединить различные проекты и информационные потребности молодой и активной аудитории тамбовчан. Анализ региональной журналистики на современном этапе в Тамбовской области показывает отсутствие серьезных и долгосрочных медиапроектов для молодежи, небольшой охват целевой аудитории существующими медиа, коммерциализацию и ангажированность молодежной проблематики, существенный недостаток финансирования. Все это ведет к стагнации на информационном рынке региона.

### Список литературы

1. Аткина, А. М. Белгородская молодежная журналистика начала XXI века: тенденции развития, типология, проблематика // Научные ведомости Белгородского университета. Белгород, 2014. № 13 (184). С. 145–155.
2. Болкунов, А. Н. Возникновение и развитие студенческой периодики в России // Известия Саратовского университета. 2008. Том 8. Сер. Филология. Журналистика. Вып. 2. С. 74–82.
3. Газета молодости нашей: к истории «Комсомольского знамени» / сост. О. Е. Видная, А. И. Иванов. Тамбов: ИД «Державинский», 2019. 176 с.
4. Данилова, Е. А. Влияние СМИ на социализацию молодежи // Наука. Общество. Государство. 2017. Том 5. № 2 (18). С. 126–130.
5. Зверева, Е. А. Журнальные издания Тамбовского региона: тенденции функционирования деловой и досугово-развлекательной прессы // Вопросы теории и практики журналистики. Научный журнал Байкальского государственного университета экономики и права. 2014. № 1 (5). С. 74–84.
6. Капустина, Г. Л. Сегментирование детской аудитории: к вопросу об эффективной модели детской газеты // Вестник ТГУ. Тамбов, 2013. Выпуск 3 (119). С. 239–244.
7. Кислая, Л. Н. Интернет-ресурсы как фактор привлечения молодежной аудитории (на примере районных газет Новосибирской области) // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 45–47.
8. Культурное строительство в Тамбовской губернии. 1918–1928: сборник документов и материалов. Воронеж, 1983. 206 с.
9. Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года. URL: <https://rg.ru/2014/12/08/molodej-site-dok.html> (дата обращения: 02.01.2020).
10. Розенберг, Н. В. Влияние средств массовой информации на образ жизни молодежи // Наука. Общество. Государство. 2015. № 3 (1). С. 134–141.
11. Скорочкин, Р. В. Становление тамбовской областной комсомольско-молодежной газеты // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2011. № 5 (11) в 4-х ч. Ч. IV. URL: <http://www.gramota.net/materials/3/2011/5-4/44.html> (дата обращения: 29.12.2019).



## HISTORICAL AND FUNCTIONAL ANALYSIS OF YOUTH MEDIA ON THE EXAMPLE OF THE TAMBOV REGION

*O. E. Vidnaya*

*Tambov State University named after G. R. Derzhavin, Tambov, olga0871@mail.ru*

*Youth-oriented publications have been and remain the most important social resource. The article attempts to trace the history and development trends of the youth segment of the media in the information market of the Tambov region, starting with Komsomol newspapers and ending with modern youth information projects on the Internet.*

**Keywords:** history of Tambov journalism, youth publications, university newspapers, media projects.

### References

1. Atkina, A. M. (2014) Belgorodskaya molodezhnaya zhurnalistika nachala XXI veka: tendentsii razvitiya, tipologiya, problematika [Belgorod youth journalism of the beginning of the XXI century: development trends, typology, problems], in: *Nauchnyie vedomosti Belgorodskogo universiteta* [Scientific Bulletin of Belgorod University], Belgorod, no. 13 (184), pp. 145–155. (In Russ.).
2. Bolkunov, A. N. (2008) Vozniknovenie i razvitie studencheskoy periodiki v Rossii [The emergence and development of student periodicals in Russia], in: *Izvestiya Saratovskogo universiteta* [Bulletin of the Saratov University], Volume 8. Ser. Philology. Journalism, Issue 2, pp. 74–82. (In Russ.).
3. *Gazeta molodosti nashey: k istorii «Komsomolskogo znamenii»* (2019) [Newspaper of our youth: to the history of the «Komsomolsk banner»]. Tambov, Publishing House Derzhavinsky, 176 p. (In Russ.).
4. Danilova, E. A. (2017) Vliyanie SMI na sotsializatsiyu molodezhi [The influence of the media on the socialization of youth], in: *Nauka. Obschestvo. Gosudarstvo* [Science. Society. State], Volume 5, no. 2 (18), pp. 126–130. (In Russ.).
5. Zvereva, E. A. (2014) Zhurnalnyie izdaniya Tambovskogo regiona: tendentsii funktsionirovaniya delovoy i dosugovo-razvlekatelnoy pressyi [Magazine editions of the Tambov region: trends in the functioning of business and leisure and entertainment press], in: *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. Nauchnyy zhurnal Baykalskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i prava* [Questions of theory and practice of journalism. Scientific journal of the Baikal State University of Economics and Law], no. 1 (5), pp. 74–84. (In Russ.).
6. Kapustina, G. L. (2013) Segmentirovanie detskoj auditorii: k voprosu ob effektivnoy modeli detskoj gazety [Segmentation of the children's audience: on the issue of an effective model of a children's newspaper], in: *Vestnik TGU* [Bulletin of TSU], Tambov, Issue 3 (119), pp. 239–244. (In Russ.).
7. Kislaya, L. N. (2012) Internet-resursyi kak faktor privlecheniya molodezhnoy auditorii (na primere rayonnykh gazet Novosibirskoy oblasti) [Internet resources as a factor in attracting a youth audience (on the example of regional newspapers of the Novosibirsk region)], in: *Zhurnalistikiy ezhegodnik 2012* [Journalistic Yearbook 2012], no. 1, pp. 45–47. (In Russ.).
8. *Kulturnoe stroitelstvo v Tambovskoy gubernii. 1918–1928: sbornik dokumentov i materialov* (1983) [Cultural construction in the Tambov province. 1918–1928: collection of documents and materials], Voronezh, 206 p. (In Russ.).

9. *Osnovyi gosudarstvennoy molodezhnoy politiki Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda* [Fundamentals of the state youth policy of the Russian Federation for the period up to 2025], available at: <https://rg.ru/2014/12/08/molodej-site-dok.html>, accessed 02.01.2020. (In Russ.).

10. Rosenberg, N. V. (2015) *Vliyanie sredstv massovoy informatsii na obraz zhizni molodezhi* [The influence of the media on the way of life of youth], in: *Nauka. Obschestvo. Gosudarstvo* [Science. Society. State], no. 3 (1), pp. 134–141. (In Russ.).

11. Skorochkin, R. V. (2011) *Stanovlenie tambovskoy oblastnoy komsomolsko-molodezhnoy gazetyi* [Formation of the Tambov regional Komsomol-youth newspaper], in: *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kulturologiya i iskusstvovedenie. Voprosyi teorii i praktiki* [Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice], Tambov, no. 5 (11), in 4 parts, Part IV, available at: <http://www.gramota.net/materials/3/2011/5-4/44.html>, accessed 12.29.2019. (In Russ.).

**Видная Ольга Евгеньевна** – кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики факультета филологии и журналистики Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина.

[olga0871@mail.ru](mailto:olga0871@mail.ru).