

О.В.Пыстина

ОБРАЗ МОЛОДЕЖИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ РЕСПУБЛИКИ КОМИ)

Социально-экономические, политические, духовно-нравственные процессы, происходящие в российском обществе, оказывают существенное воздействие на современную молодежь. В условиях преобразований выдвигаются качественно новые задачи по воспитанию подрастающего поколения. В такой ситуации массмедиа часто становятся ведущим институтом, транслирующим ценности молодежной аудитории. В статье представлены итоги исследования доминирующих молодежных медиаобразов на материале единственной русскоязычной молодежной газеты Республики Коми. Языковая картина мира подростково-молодежной группы наиболее подвержена влиянию, поскольку именно в этом возрасте происходит становление системы ценностей.

Ключевые слова: образы молодежи, молодежная газета, региональные СМИ

Во многих современных исследованиях отмечается, что тенденции воздействия ряда СМИ на общественное сознание идут вразрез с традиционными ценностями общества [1]. Благодаря отечественным и зарубежным печатным изданиям изменяются социальные и морально-нравственные установки россиян, порождаются новые ценности субкультуры, внедряемые в образ мира современного общества. Особый интерес в этом плане представляют издания для молодежи, так как картина мира и система ценностей их аудитории находится в процессе формирования. В неблагоприятных условиях воздействия макросреды среди молодежи снизился престиж нравственности, возросли потребительские ориентации. «У значительной части молодежи разрушены и утрачены такие традиционные нравственно-психологические черты, как романтизм, самоотверженность, готовность к подвигу, честность, добросовестность, вера в добро и справедливость, стремление к правде и поиску идеала, к позитивной реализации не только личных, но и социально значимых интересов и целей»; «продолжается процесс переориентации нравственного сознания и чувств российской молодежи по отношению к тем явлениям, которые недавно категорически осуждались: невыполнение долга, данного слова, проявление нечестности, неверности, половой распущенности, наркомании, иждивенчества <...>, поклонение западным ценностям и т.п.» [2].

Материалом для нашего исследования послужили публикации из единственного русскоязычного молодежного издания Республики Коми — газеты «Твоя параллель» (с момента создания газеты Комитетом по делам молодежи и Управлением Печати Республики Коми в июне 2001 г. до её перехода в интернет-формат в январе 2014 г.). Информационный проект «Твоя параллель» реализовала группа журналистов, выиграв конкурсный отбор в рамках программы молодежной политики Республики Коми. Специализация еженедельника — духовно-нравственное, патриотическое и экологическое воспитание, а также интеллектуальное развитие молодежи [3]. Редакция состоит из молодых журналистов, т.е. из активной молодежи, которая умеет высказывать свое мнение.

Молодежную направленность среди республиканских печатных СМИ имела также газета «Молодежь Севера», являвшаяся органом Коми обкома ВЛКСМ. Однако в начале 1991 года газета «взрослеет», меняет формат, становится отчасти оппозиционной, а в 2013 году прекращает свое существование. В настоящее время выходит еженедельная газета «Йӧлӧга» («Эхо») — единственное издание на коми языке для молодежи. Главная цель газеты — поддержка творческого развития молодых, повышение общественной значимости литературного творчества, развитие культур и языков финно-угорских народов. Среди постоянных рубрик газеты можно отметить «Рӧдвуж ордын» («У родственников»), в которой рассказывается о финно-угорских народах, об активистах из республики и других регионов; «Пӧчӧ кудйысь» («Бабушкин сундучок»), в которой читателей знакомят с традициями коми народа; «Йӧлӧгакӧд кӧ тэ олан — дзоньвидзаӧн пыр и лоан!» («Если с «Йӧлӧгой» живёшь — себе здоровья приобретёшь!») — о здоровом образе жизни [4]. Издание сотрудничает с образовательными учреждениями республики и регулярно публикует материалы об инициативной и талантливой молодёжи [5].

Описать совокупность образов молодежи в исследуемом издании поможет анализ его тематической структуры. Количественный и качественный анализ публикаций газеты «Твоя параллель» показал, что ключевыми сферами являются образование, профессиональная ориентация и карьера, досуг, увлечения, спорт, взаимоотношения с противоположным полом, гражданско-патриотическое воспитание, мода.

Одной из самых распространенных тем на протяжении всего периода существования газеты является **образование и профессиональная ориентация**, что объясняется спецификой целевой аудитории — это преимущественно школьники и студенты. Предлагается информация как об учебных заведениях, так и о жизни студентов. Серьезной угрозой авторы публикаций считают «утечку умов», т.е. выпускников школ и вузов из республики («Столица?», № 24, 22.06.2012; «Куда податься», № 25, 29.06.2012). У большей части молодежи формируется социальный пессимизм, неверие в возможность реализовать свои способности в регионе: «В

Сыктывкар бы жить не вернулась, так как считаю, что здесь очень сложно полноценно реализовать себя, сделать хорошую карьеру», а республиканские чиновники вынуждены агитировать «наших московских студентов вернуться работать на малую родину» («Коми: раскадровка. Вернутся ли на родину выпускники столичных вузов?», № 39, 04.10.2013). Популярны материалы, посвященные **интеллектуальному развитию и культурному просвещению**. Статьи об истории Коми края, анонсы о театральных постановках, отчеты о конференциях финно-угорских народов и репортажи об этнокультурных фестивалях призваны бороться с общей тенденцией к снижению ценностей духовной культуры среди молодёжи: из выступления министра культуры Коми на Республиканском культурном форуме: «Сейчас смотришь на тех, кому 20—22 года, и удивляешься, насколько упал их культурный уровень <...> В поисковике начал набирать строчку из стихотворения «Пора осенняя настала», и первое, что предложил поисковик, была фраза «пора валить». То есть этот запрос с нашей территории популярен» («Пора культурная настала», № 51, 27.12.2013). Большое внимание уделяется массовой культуре (например, материал о фестивале современных видов танцев «Staff agenda — войны ритма», № 46, 22.11.2013), известным личностям и кумирам молодёжи. Сами авторы отмечают неоправданно сниженное внимание жителей республики к классическому или народному искусству, что может привести к потере этнокультурной самоидентификации: «15 ноября в Сыктывкаре совершилось эпохальное событие (впрочем, многими гражданами, замученными карьерой-бытом-сериалами, не замеченное) — на сцене республиканского Театра оперы и балета выступил камерный оркестр *Cameristi della Scala*» («Код Верди», № 46, 22.11.2013).

Широко представлены материалы, посвященные **спорту**, в том числе экстремальным и редким видам (конный спорт, пожарно-прикладной спорт и др.), а также интервью с известными спортсменами и тренерами («Анатолий Апраксин: «Новая Генерация» — это бренд, поэтому многие хотят попасть именно к нам», № 46, 22.11.2013). Значительное количество материалов посвящено **увлечениям и досугу**. В центре внимания как традиционные виды хобби — фотография, музыка, танцы, туризм, так и оригинальные — паркур, ви-джеинг, посткроссинг, лазертаг. Много публикаций посвящено компьютерным новинкам и гаджетам («Обзор бесплатных браузеров для IOS», № 51, 27.12.2013). Молодые люди предпочитают проводить свободное время за компьютерными играми, в социальных сетях, в клубах или слушая развлекательную музыку, что свидетельствует о росте в социокультурных ценностях потребительских ориентаций. Достаточное место занимают статьи, посвященные **моде и стилю** и предназначенные преимущественно женской аудитории: советы по уходу за собой, модные тенденции («От Петра до Гуччи или история моды на выпускные наряды», № 24, 22.06.2012; «Модная весна-2005. Чем поразить завистников?», 04.03.2005).

Актуальная для молодёжи тема — **взаимоотношения с противоположным полом и молодая семья**, поскольку именно в этом возрасте создаются отношения, а в последующем и семьи («Уж замуж невтерпёж», № 18, 04.05.2007). Главной заботой большей части поколения, вступающего во взрослую жизнь, становится борьба за выживание: актуальны проблемы, связанные с бытовыми аспектами существования молодой семьи (отсутствие жилья, финансовые трудности), а также проблемы матерей-одиночек («Дорогие цветы жизни», № 35, 07.09.2012).

Одной из важных сторон, характеризующих молодёжь как специфическую социальную группу, является ее отношение к общественно полезной деятельности. Популярны материалы, освещающие **социально значимые молодежные проекты и инициативы**: молодежные объединения, волонтерское движение, деятельность молодежного парламента, акции протеста («Работа волонтером как возможность путешествовать», № 24 (512), 22.06.2012). Повышение внимания газеты к политическому участию подрастающего поколения в жизни общества связано с зафиксированным многими социологическими службами снижением политической активности молодежи [2]. Несмотря на то, что уровень информированности молодых людей о политических событиях является достаточно высоким, существенной чертой их сознания является активное неприятие того, что связано с политикой. В немалой степени это является ответной реакцией на неспособность властей к осуществлению эффективной молодежной политики, что отражено в публикации «Сказ о том, как от Года молодежи до Года спорта договорились» (№ 13, 05.04.2013) о заседании руководства Министерства образования и представителей других ведомств: материал состоит только из слова «говорили» (400 единиц) и фразы «да и разошлись». Широко представлены публикации, посвященные **гражданско-патриотическому воспитанию**: служба в армии, антифашистское и поисковое движение («Строители свободного мира», № 7, 17.02.2006). Гражданские ценности российской молодежи характеризуются неоднозначным образом: например, служба в армии рассматривается как долг настоящего мужчины, но при этом считается приемлемым уклонение от призыва («Наряд вне очереди», № 41, 18.10.2013).

Ещё одной популярной темой на страницах «Твоей параллели» является **пропаганда здорового образа жизни**: статьи, посвященные СПИДу, материалы о вреде курения, алкоголя, наркотиков и т.д. («Алко ограничения», № 25, 29.06.2012). Рост **суицидальных настроений среди подростков** также волнует авторов молодежного издания, которые пытаются ответить на вопросы, почему молодёжь уходит из жизни и почему этой проблеме не уделяется должное внимание («На краю пропасти. Почему молодёжь уходит из жизни?», № 29, 23.07.2004, «Эпидемия, которая требует внимания», № 17, 28.08.2009).

Экологическая и религиозная тематика, проблемы людей с ограниченными возможностями, отношения с родителями также представлены в исследуемом издании.

Журналисты, формируя активный молодежно-ориентированный контент, для обозначения представителей молодого поколения используют большое количество контекстуальных синонимов: *подростки, юноши, девушки, юные граждане, молодое поколение, ученики, выпускники, абитуриенты, студенты, экстремалы, влюбленные, молодая семья, молодые родители, молодые таланты, юные геймеры, готы, молодые предприниматели, призывники, волонтеры, активисты, лидеры*. Выявленные ключевые определения характеризуют представителей молодого поколения преимущественно как людей талантливых, всесторонне развитых: *активная, талантливая, думающая, трудозанятая, инициативная, читающая, спортивная*. Отрицательных характеристик в количественном отношении меньше: *безынициативная; неблагополучная; трудные дети; употребляющие наркотики подростки*.

В зависимости от тематической направленности публикаций можно определить господствующие в публичном пространстве молодежного издания образы представителей молодого поколения: это **студент**, как успешный, который способен, например, обучаться за границей («Амбиции до Берлина доведут!», № 11, 05.06.2009), так и из числа отстающих («Ботаник против раздолбая», № 2, 18.12.2013); **школьник, выпускник, абитуриент**, наглядный пример — ученица 9-го класса, которой «11 раз за шесть уроков учителя напомнили о ГИА» («Чем занимается старшеклассница?», № 39, 04.10.2013); **спортсмен/спортсменка**, чаще всего известный, например, чемпионка Европы по пауэрлифтингу («Екатерина Братусь...», № 50, 21.12.2012); **молодой человек/ девушка, ориентированный на построение отношений**, этот тип представляет собой юношу или девушку, находящихся в активном поиске второй половины («Спиддейтинг: 10 свиданий за вечер», № 7, 22.02.2013); **молодой(-ая) супруг(-а), молодые родители**, например, будущий отец из серии публикаций «Дневник будущего отца» (№ 41-51, 2013); **творческая личность** — поэт, пишущий стихи на коми языке («Стихи на шахматной доске», № 23, 20.11.2009) или талантливый фотограф, который не может найти работу по призванию в республике («Не в фокусе», № 20, 25.05.2012); **молодой человек, имеющий увлечения, хобби**, актуален образ любителя компьютерных игр, например, геймер с 20-летним стажем, опровергающий мифы о вреде компьютерных игр («Почему я это делаю...», № 46, 22.11.2013); **представитель субкультуры**, например, последователь движения sXe, проповедующий вегетарианство («ЗОЖ обуял», № 20, 25.05.2012); **молодой человек, ориентированный на построение карьеры/бизнесмен**, наглядный пример — глава села, «креативный, целеустремленный юноша» («Молодость политике — не помеха!», № 1, 01.01.2006), молодой предприниматель, для которого «главное — цель и желание работать» («Хочу свой бизнес, кто поможет?», № 31, 05.08.2011), или молодой парламентарий («В депутаты я хочу, пусть меня научат», № 21-22, 12.06.2008); **военнослужащий**, прежде всего, призывник («У них не было сомнений», № 6, 10.02.2012); **лидер, активист, волонтер**, «горящий желанием помочь своему двору, городу, республике» («Получаю радость, помогая бескорыстно», № 28, 21.07.2006), яркий пример — поисковики отряда «Северная звезда», ведущие поиск пропавших без вести бойцов Великой Отечественной войны («Вахта памяти», № 18, 10.05.2013); **модный(-ая) юноша/девушка**, например, модная тусовщица («Вроде по моде», № 38, 28.09.2012); **молодой человек, имевший вредные привычки**, но поборовший пагубное пристрастие, например, бывший алкоголик («Ну — прощай, здоровье!», № 42-43, 25.10.2013—01.11.2013).

В газете «Твоя параллель» молодёжь представлена как динамически развивающаяся группа общества, выступающая как объект молодежной политики. Однако выстраиваемый в газете образ связан с рядом лексико-семантических процессов, способных изменить традиционную систему ценностей. Один из распространенных способов скрытого воздействия на сознание — изменение ассоциативного ряда слова, которое может повлечь за собой смену свойственных слову коннотаций [1, с. 218]. Ассоциативный ряд может быть модифицирован частотой употребления лексемы, обозначающей ценность, важную для определенной социальной группы, в определенном контексте таким образом, что она начинает приобретать отрицательные коннотации. В качестве примера можно привести слово **дети**, которое употребляется в сочетании со словами, вызывающими отрицательную реакцию: «Молодая жена не умеет вести хозяйство <...> Ситуацию осложняет и появление ранних детей» («Уж замуж невтерпёж», № 18, 04.05.2007); «Наверняка за несколько месяцев случились и любовь, и шуры, и прочие муры, которые потом обычно до детей доводят» («Наша деревня — Париж» февраль 2012 спецвыпуск); «Откуда берутся дети: скукашечки, обнимашечки, целовашечки, раздевашечки, полторашиечки» (рубрика «Слова», № 18, 10.05.2013).

Большую роль в построении искусственно создаваемого ассоциативного поля играет использование стилистически маркированных эпитетов. Лексика молодежного издания характеризуется использованием стилистически сниженной лексики, а также лексики ограниченной сферы употребления (жаргонно-арготической и инвективной). В качестве примера можно привести определения к слову кинофильм: *самый дебильный римейк года; просмотр подобной хрени в кинотеатре; идиотская затея; кино, призванное «срубить бабла»; кошмарный выродок от киноиндустрии* («Первая ежегодная церемония награждения по версии “Твоя Параллель”!», № 51, 27.12.2013).

Таким образом, проект «Твоя параллель» — один из ведущих в регионе институтов, который транслирует ценности и представления о нормативном молодежной аудитории и репрезентирует жителям республики образ молодого поколения. Для молодежного издания Республики Коми как социокультурного феномена, который имеет свою культурную и ценностно-ориентирующую миссию, характерна прежде функция социального контроля: это канал, через который транслируется система социальных норм и этических требований к молодежи. Медийное пространство не только отражает сложившийся в социуме образ молодежи,

но и инициирует создание этих образов и их распространение среди читателей. При этом наблюдается устойчивая тенденция к «либерализации морали» [6]: на языковом уровне подлинные ценности могут высмеиваться и маркироваться знаком «—».

1. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, Изд-во КДУ, 2009. С. 184, 218.
2. Лутовинов В., Радионов Е. Современная молодежь: основные ценности, позиции, ориентиры [Электр. ресурс]. URL: http://old.nasledie.ru/oboz/N09_97/007.htm (дата обращения: 01.03.2015).
3. Сайт Мое образование [Электр. ресурс]. URL: <http://www.moeobrazovanie.ru/partners/parallel> (дата обращения: 03.03.2015).
4. Сайт проекта «СМИ коми» [Электр. ресурс]. URL: http://jologa.smikomi.ru/o_gazete/ (дата обращения: 03.03.2015).
5. Сайт Коми йӧзӧдчан керка (Издательский дом Коми) [Электр. ресурс]. URL: <http://komimu.com/jologa/2013-04-11-21-13-29> (дата обращения: 03.03.2015).
6. Бызов Л.Г. Социокультурная трансформация российского общества и перспективы формирования неоконсервативной субъектности // Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / Отв. ред. А.В.Рябов, Е.Ш.Курбангалеева М.: Дом интеллектуальной книги, 2003. С. 76.

References

1. Danilova A.A. Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoy informatsii. M.: Dobrosvet, Izd-vo KDU, 2009. S. 184, 218.
2. Lutovinov V., Radionov E. Sovremennaya molodezh': osnovnye tsennosti, pozitsii, orientiry [Elektr. resurs]. URL: http://old.nasledie.ru/oboz/N09_97/007.htm (data obrashcheniya: 01.03.2015).
3. Sayt Moe obrazovanie [Elektr. resurs]. URL: <http://www.moeobrazovanie.ru/partners/parallel> (data obrashcheniya: 03.03.2015).
4. Sayt proekta «SMI komi» [Elektr. resurs]. URL: http://jologa.smikomi.ru/o_gazete/ (data obrashcheniya: 03.03.2015).
5. Sayt Komi yӧzӧdchan kerka (Izdatel'skiy dom Komi) [Elektr. resurs]. URL: <http://komimu.com/jologa/2013-04-11-21-13-29> (data obrashcheniya: 03.03.2015).
6. Byzov L.G. Sotsiokul'turnaya transformatsiya rossiyskogo obshchestva i perspektivy formirovaniya neokonservativnoy sub"ektnosti // Bazovye tsennosti rossiyan: Sotsial'nye ustanovki. Zhiznennye strategii. Simvol'y. Mify / Otiv. red. A.V.Ryabov, E.Sh.Kurbangaleeva M.: Dom intellektual'noy knigi, 2003. S. 76.

Pystina O.V. The image of young people in regional media (based on the material of periodical press of the Komi Republic). Socio-economic, political, moral and ethic processes, taking place in Russian society, have a significant impact on today's youth. In the context of reforms the new tasks of education of the younger generation are put forward. In this situation the media often becomes a leading institute in transmitting values of the youth audience. This article presents the results of the study of dominant media images of youth on the material of the only Russian-speaking youth newspaper of the Komi Republic. The language picture of the world of teenagers and youth is most affected by because the value system forms at this age.

Keywords: images of young people, youth newspaper, regional media

Сведения об авторе. О.В.Пыстина — кандидат филологических наук, кафедра журналистики; Сыктывкарский государственный университет, Институт гуманитарных наук; olga-pystina@yandex.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 10.03.2015.