

УДК 007 : 304 : 070

Матушанська О.І.¹, Єськова К.В.²

¹ студ. гр. СН-316, НУ «Запорізька політехніка»

² старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

МОЛОДІЖНИЙ ЖУРНАЛ: СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ

Молодь відіграє важливу роль у соціальних відносинах, виробництві матеріальних і духовних цінностей. Потенційні можливості молоді, що полягають у її психологічно-демографічних характеристиках (здоров'я, вік, інноваційне мислення, мобільність, відкритість до спілкування, ентузіазм, енергійність тощо), є запорукою майбутнього в Україні. Використовуючи свої креативні здібності, думки, пропозиції, молодь створює нові об'єднання, організації, рухи та ЗМІ. Зважаючи на важливу роль засобів масової інформації у процесі формування молодого покоління, А. Жарашуєва та Г. Зайська [1] пропонують розглядати ЗМІ для молоді як самостійний вид журналістики.

Молодіжна преса має на меті висвітлювати проблеми реального життя молоді, намагається набути популярності у своєї аудиторії.

Працюючи над створенням експериментального молодіжного видання «Enjoy!», ми орієнтувалися на те, що наповнення журналу визначатиметься основними функціями молодіжних ЗМІ – переважно інформаційною, пізнавальною, розважальною та комунікативною. Журнал призначений для масової аудиторії, концепція передбачає публікацію матеріалів здебільшого

інформаційного-розважального характеру. Предметом відображення є проблеми та явища з різних областей людської діяльності, що можуть зацікавити молодь: суспільство, освіта, культура, подорожі, здоров'я, спорт тощо. Проблематика зумовила систему рубрикації видання: «Ідея для твого стартапу» (містить матеріали про вплив нейромаркетингу на бізнес), «Дивосвіт» (огляд найзагадковіших і найкрасивіших місць планети), «Читацька сторінка» (рецензії на книги з психології), «Власний досвід» (найцікавіші пости друзів у соцмережах), «Приємного перегляду!» (анонси кінофільмів), «Бариста» (цікаві факти про каву), «Кулінарія» (інформація про користь і шкоду певних продуктів харчування), «Бути здоровим» (рекомендації щодо здорового способу життя). Тематика матеріалів висвітлює коло питань, які турбують сучасну молодь: здобування освіти, можливість суміщати навчання з роботою, дозвілля, подорожі, побут, міжособистісні стосунки.

Авторами публікацій стали ініціаторка проекту О Матушанська, а також Г Кавун. і В Гав'як. Стиль матеріалів є здебільшого публіцистичним та художньо-публіцистичним. Окремі публікації містять вкраплення молодіжного сленгу, що пояснюється орієнтацією видання на сучасну молодіжну аудиторію.

Під час написання матеріалів використовувалися здебільшого інформаційні та художньо-публіцистичні жанри: інформаційна стаття, нарис, замальовка, есей. Однак у журналі присутні й тексти аналітичного характеру, наприклад, стаття («Нейромаркетинг для бізнесу»), рецензія («5 книг із психології, які допоможуть зрозуміти себе і розібратися з навколишнім світом»). Слід зазначити, що більшість публікацій поєднують ознаки інформаційних і художньо-публіцистичних жанрів, що пояснюється знову ж таки орієнтацію на молодіжну аудиторію, намаганням зацікавити її та полегшити сприйняття інформації.

Значний обсяг журналу і традиційність тематики викликали певні труднощі під час формування контенту, що призвело до необхідності використовувати неоригінальні тексти, зокрема з мережі Інтернет. Однак, при публікації таких матеріалів було дотримано всіх вимог щодо авторського права (вказано джерела, з яких отримано матеріали, подані посилання).

Особливу роль у журналі відіграють ілюстрації, адже візуалізація інформації є важливим чинником передачі і сприйняття матеріалів. Фотографії займають близько 30% загальної площі видання, таким чином привертається увага аудиторії до кожного матеріалу, що розміщений у номері. Вдала фотоілюстрація дає можливість читачу більш детально проаналізувати прочитаний текст і зробити власні висновки, а текст, який доповнений зображенням, втримує читача та викликає очікувані і необхідні

асоціації. У більшості випадків фотографія – не просто декорація сторінки – вона виконує інформативну функцію, а також може нести самостійну інформацію, що доповнює текст, допомагає проаналізувати його, дочитати до кінця. [2].

Таким чином, при формуванні контенту молодіжного інформаційно-розважального видання береться до уваги специфіка цільової аудиторії та концепція журналу. Тематичне наповнення обмежується колом питань, які турбують сучасну молодь: здобування освіти, можливість суміщати навчання з роботою, дозвілля, подорожі, побут, міжособистісні стосунки. Освітня функція ЗМІ у такому журналі не виконується. Однак молодь має потребу у виданнях такого типу, з яких вона могла б отримувати інформацію, оскільки медіапростір пропонує велику кількість непотрібного контенту, аналізувати який у молодій людини немає часу. Зважаючи на це, є підстави для створення молодіжного журналу, який відповідає очікуванням і вимогам молоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жарашуева А. Э, Заярская Г. В. Информационное наполнение современных молодежных СМИ URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/46025/1/ipoy-2016-28.pdf>.
2. Колосов А. А. Новый взгляд на жанры. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main7tex>.
3. Шостак М. И. Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий. *Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов* / под ред. М. Е. Аникина, В. В. Баранов и др. Москва : Аспект Пресс, 2007. С. 79–132.