

УДК 070.1-053.81 (477)

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОЇ ПРЕСИ У НЕЗАЛЕЖНІЙ УКРАЇНІ

Максим Іващенко

Державний вищий навчальний заклад
«Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»
Україна, 08401, Київська область, м. Переяслав-Хмельницький, вул. Сухомлинського, 30
e-mail: phdpu.edu@gmail.com

Досить складно надати вичерпну характеристику усім соціально-економічним факторам впливу на розвиток молодіжної преси у незалежній Україні. У 1991 р. відбулося не лише створення молоді української держави, а фактично був даний старт складним процесам зміни усього суспільного укладу нашої країни. Звичайно, що це спричинило досить різкі трансформації у різних сферах життя молоді, причому не лише позитивні.

Соціально-економічні чинники впливу на молодіжну пресу пов'язані з такими без сумніву визначальними змінами у становищі молоді за останні 20-25 років: радикальною зміною свідомості молодіжного середовища (від особистостей, сформованих у відповідності із радянськими цінностями, до молодих людей – відданих патріотів України), появою у зазначеному середовищі різних формальних і неформальних груп зі своїми специфічними цінностями, хвилеподібною динамікою соціального та фінансового стану молоді у 1990-2010-ті рр. (наразі цей статус слід визнати кризовим). Зрештою, не можна не відмітити і принципові зміни у структурі професійної освіти сучасних молодих людей порівняно з їхніми ровесниками кілька десятиліть тому.

Крім того, актуальним трендом стає зміна медійних пріоритетів підростаючого покоління. Сьогодні молоді усе більш тяжіє до медіатекстів в електронному вираженні (телевізійному, комп'ютерному, мобільному). Отже відбувається зміна моделі традиційного читання на користь аудіовізуального тексту, що призводить до зміни якісних характеристик молодіжної аудиторії.

Науково-дослідницькі концепції стосовно сутнісних характеристик молодіжної преси у різних регіонах нашої країни знаходяться на стадії активного формування. Серед дослідників, які фахово займалися проблематикою молодіжних ЗМІ в Україні, необхідно назвати таких науковців як М. Дяченко, І. Стегній, М. Тимошик, О. Тимчишин, Б. Черняков,

Ю. Ярмиш та інших. Утім, поки що відсутня узагальнююча праця, в якій був би підсумований історичний шлях розвитку української молодіжної регіональної преси у 1990-х – першій половині 2010-х років.

Досить продуктивним у цьому контексті, на нашу думку, могло б стати задіяння міждисциплінарного підходу, тобто розгляду обставин формування та розвитку молодіжної преси у різних регіонах України через призму дії багатьох чинників – соціальних, ціннісних, суспільно-політичних, фінансово-економічних тощо. Як відомо, молоді є найбільш активною частиною суспільства, а тому перераховані групи факторів позначаються на ній найбільш виразно порівняно з іншими віковими групами.

Метою дослідження, здійсненого у рамках даної публікації, являється спроба системного вивчення соціально-економічних факторів впливу на розвиток молодіжної преси у незалежній Україні (тобто починаючи з 1991 року по нинішній час).

До молодіжних ЗМІ можна віднести ті видання, які: а) орієнтовані на вік аудиторії, обмежений рамками 15-29 років; б) використовують у своїй практиці особливі екстралінгвістичні та лінгвістичні засоби для встановлення контакту з аудиторією (серед них окремо знаходиться молодіжний жаргон; в) висвітлюють актуальну для молоді інформацію, що відповідає її інтересам і внутрішньому світорозумінню [8, с. 13].

До базових соціальних та економічних факторів впливу на друковану періодику (центральну та регіональну) в Україні, орієнтовану на інтереси й потреби молоді, на нашу думку, слід віднести:

- формування в Україні інформаційного суспільства;
- переосмислення молоддю свого місця у соціумі;
- розвиток молодіжного організованого руху;

- підвищення політичної свідомості української молоді;
- розповсюдження нових технологій подання інформації;
- фінансово-економічне становище молоді та молодіжних ЗМІ.

Формування в Україні інформаційного суспільства. Всесвітньо відомий американський вчений Е. Тоффлер (праці «Шок майбутнього», «Третя хвиля») вважає, що саме у сучасному інформаційному суспільстві, яке пронизане інноваціями, і народжуються сучасні ЗМІ, що засновані на перспективних інформаційно-комунікаційних технологіях. Дослідник виділяє три історичних етапи у розвитку людської цивілізації, й останній з них заснований на понятті «інфосфери». Саме у ході розвитку третьої хвилі (друга половина ХХ ст.) найбільшого значення здобуває інформація й механізми та техніка для її обробки, а тому нові потужні комп'ютери та засоби комунікації дозволяють сформувавши не лише нові галузі реального виробництва та надання послуг, але й нові засоби масової інформації. Нові мережеві інформаційно-комунікаційні технології сприяють створенню нової «інфосфери», яка впливає на розвиток суспільства у цілому, і навіть індивідуальної свідомості людей. Крім того, Е. Тоффлер у дослідженні «Третя хвиля» стверджує: «Тенденції демасифікації виробництва розвиваються разом з явищем демасифікації мас-медіа» [14, с. 135].

Іншим західним вченим М. Маклюеном комунікація розуміється через тезу «сам засіб комунікації і є повідомлення». Згідно із цим, з одного боку, комунікація впливає як на людину та суспільство, так і на інші засоби комунікації самим фактом свого існування, а з іншого – власне сама відчуває при цьому різноманітні відповідні впливи. Таке розуміння комунікації корелює із роллю у масових комунікаціях телекомунікаційних та інформаційних технологій, оскільки вони впливають на людину та суспільство. М. Маклюен вважає, що середовище спілкування людини формує її таким чином, що сама особистість у свою чергу формує це середовище, лишаючись у межах, які задаються ним [15, р. 160].

У контексті аналізу розвитку українських ЗМІ, у тому числі орієнтованих на молодіжну аудиторію, вітчизняна дослідниця І. Артамонова вважає, що сучасна соціально-комунікаційна ситуація у нашій країні, починаючи зі здобуттям нею незалежності, характеризується такими знаменними тенденціями:

- розвиваються новітні комунікаційні тех-

нології, що впливають на природу, обсяг і зміст інформації;

- зростає розуміння соціальними групами й індивідами, особливо представниками молоді, важливості циркуляції інформації, а також існуючих диспропорцій у потоках інформації;

- зростає число учасників процесу циркуляції інформації, а відтак – і політичне, соціальне, економічне розмаїття цього феномену, особливо у сфері культури й освіти.

З огляду на вказане, базовими ознаками інформації єдиного інформаційного простору слід вважати функцію інтеграції, а також можливості для управління та використання її для вирішення широкого кола проблем [1, с. 29-30].

Переосмислення молоддю свого місця у соціумі. Трансформація аксіологічних установок української молоді (із радянських цінностей на цінності незалежної України) виявилася довготривалим процесом, який в окремих регіонах нашої країни триває до сих пір [12, с. 382]. Водночас саме ця трансформація спричинила те, що зі здобуттям нашою країною незалежності, у регіональній молодіжній пресі відразу ж почали актуалізуватися питання, пов'язані з подіями української історії та духовного життя, а також роллю молоді у вказаних процесах.

З кінця 1980-х років на Західній Україні розпочалася хвиля публікацій у молодіжній пресі про замовчувані раніше сторінки вітчизняного минулого. Зокрема, на шпальтах видання «Молода Галичина» ще наприкінці існування Радянського Союзу почали з'являтися статті про трагічні події комуністичного минулого, про боротьбу молодих патріотів за незалежність України тощо. Звичайно, що з 1991 р. інтерес до цієї проблематики ще більшою мірою підвищився.

Розглядаючи інші регіональні приклади, відзначимо, що станом на початок 2000-х років у регіональній молодіжній пресі Кіровоградської області домінували такі тематики: події та право (24,1%), політика (7,2%), соціальна сфера (7,1%), культура та мистецтво (6,9%), дозвілля (5%), сільське життя (4,4%), пізнавально-розважальна (4,2%), агропромисловий комплекс (3,7%), медицина та здоров'я (3,5%), місто (3,4%), влада (3,3%), економіка, фінанси та торгівля (3,3%), історія (2,8%), побут (2,2%), а також інші теми (18,9%) [4, с. 25].

Водночас слід констатувати, що переосмислення молоддю свого місця у соціумі у поєд-

нанні із таким фактором як кризовий рівень фінансового становища переважної більшості молодих громадян нашої держави спричинив до закономірного негативного наслідку – наростання еміграційних настроїв у молодіжному середовищі. На жаль, радикального подолання цього тренду у напрямку поліпшення ситуації поки що не відбувається (крім того, ця гостра соціальна проблема навіть не знаходить належного висвітлення на шпальтах друкованих ЗМІ).

Розвиток молодіжного організованого руху. Організований молодіжний рух, представлений студентством та іншими прошарками молодих громадян, стояв у витоків здобуття української державності. Водночас, витoki молодіжної преси у незалежній Україні беруть свій початок з 1990-1991 рр., коли усі молодіжні видання вийшли з підпорядкування комсомолу.

Позитивний імпульс поширення організованих рухів у молодіжному середовищі України безпосередньо відобразився у центральних і регіональних молодіжних ЗМІ на початку 1990-х років. Перші молодіжні друковані засоби незалежної України позиціонували себе як опозиційні до радянського режиму, який тільки що було повалено. Тому, якісними рисами викладу матеріалу у вітчизняній молодіжній пресі відразу стали: наочність, динамічність, емоційно-забарвлена стилістика, просторово-часова дискретність та умовність, активна позиція автора, документальність, образна аналітичність.

Визначальною рисою явища молодіжного організованого руху (тим більше при його належній підтримці у мас-медіа) є те, що за умов сталого політичного розвитку та незворотності демократичних перетворень в Україні цей рух фактично виступає потужним кадровим резервом для вищих державних органів, структур місцевого самоврядування й інших управлінських інститутів. Молодіжні структури різного рівня, так само як і їх профільні періодичні видання, є своєрідною школою для майбутніх державних керівників різного рівня. Зрештою, як свідчить досвід високорозвинених держав світу, значна частина видатних політичних лідерів у певний момент свого життєвого шляху були лідерами молодіжних структур і брали активну участь в інформаційному забезпеченні їхньої діяльності [10, с. 79].

Оскільки до молодіжного організованого руху належить не лише політичний рух, але й структури студентського самоврядування, велике розповсюдження, починаючи із 1990-х

років, в Україні отримують студентські друковані видання – особливий сегмент молодіжної періодики, де головними співробітниками виступають студенти журналістських спеціальностей. Студенти-журналісти формують такі видання для своїх однолітків і для себе, а пишуть про те, що їх оточує та хвилює, про своє студентське життя.

Коло студентських ЗМІ знаходиться у постійній динаміці – наразі у кожному вищому навчальному закладі нашої країни є періодичне видання, а у деяких їх набагато більше. На кожному факультеті наразі існує попит у регулярній навчальній газеті – усе це сприяє поліпшенню навчального процесу. Завдання молодіжної журналістики – побачити ці й інші тенденції та не упускати їх з поля зору.

Підвищення політичної свідомості української молоді. Можна у повній мірі погодитися із вітчизняною дослідницею І. Барановською стосовно того, що «за допомогою преси молоді люди оволодіває методологією вивчення явищ і процесів загальнодержавного значення, через розуміння яких може формувати власний світогляд і свою точку зору на усі суспільно-значимі події» [2, с. 38].

Наслідком політизації свідомості української молоді стала її ідеологізація, що також відобразилося на періодиці. Так, із підвищенням політичної свідомості молодих громадян нашої держави вважаємо доцільним також пов'язати зростання масового патріотичного руху української молоді, починаючи з грудня 2013 р. (події Євромайдану та подальшого опору російській агресії). Без сумніву, останні роки дали сотні й тисячі прикладів героїзму молодих українців, їхньої звитяги та самопожертви заради нашої країни, її незалежності та соборності, а також європейських перспектив. Усе це знаходить своє відображення на шпальтах молодіжної преси, де нині відбувається динамічне поширення політичних статей правого спрямування, що, зокрема, пов'язано із глорифікацією збройної боротьби на сході України тощо.

З іншого боку – можна із впевненістю стверджувати, що у зв'язку з маргіналізацією лівого партійно-політичного руху в Україні впродовж 2000 – першої половини 2010-х років, популярність молодіжних соціалістичних і прокомуністичних медіа також наразі зійшла практично нанівець, оскільки вони ототожнюються із російською агресією.

Водночас, не можна стверджувати, що ціннісні установки української молоді змінилися настільки, що політична тематика відтіснила

на узбіччя всі інші проблеми, актуальні для сучасної молоді людини (спорт, мода, неформальні рухи, кохання тощо).

Розповсюдження нових технологій подання інформації. Молодіжні ЗМІ, щоб бути цікавими для цільової аудиторії, мають відповідати найвищим мультимедійним стандартам подання інформації. Зникнення на початку 1990-х років державної цензури спричинило справжній бум модерністських технологій у молодіжній друкованій пресі. Позитивний, жвавий настрій у подачі матеріалів характерний для переважної більшості молодіжних газет і журналів. Напевно, у цьому і полягає головна відмінність молодіжної преси від «дорослої»: молодь пише про все із впевненістю в успіху, з розумінням того, що для кожної проблеми можна знайти рішення.

Технічна модернізація молодіжних ЗМІ звичайно безпосереднім чином позначається на рівні їх інформаційного наповнення. Так, серед рис більшості сучасних друкованих видань для молоді, О.Лаврик називає націленість редакцій на формування якісного інформаційного продукту, нетерпимість до статей низького рівня чи з використанням ненормативної лексики (у т.ч. субкультурного чи ненормативного сленгу). При цьому, у значній частині молодіжних ЗМІ всіляким чином заохочується вільний обмін думками, полеміка з важливих політичних питань порядку денного, дискусія щодо місця молоді у сучасному українському соціумі тощо. Таким чином, можна стверджувати, про діалогічність, інтерактивність сучасної молодіжної преси, що стало закономірним наслідком підвищення рівня її технологічності [8, с. 81].

У контексті зміни інформаційних запитів молоді сучасні дослідники звісно не можуть ігнорувати і тенденції до зниження інтересу стосовно молодіжних газет і журналів, які почали поступово витіснятися іншими засобами масової комунікації (у період до 2000 року – телебаченням і молодіжними радіостанціями,

а після 2000 р. – Інтернетом). Водночас, у багатьох регіонах молодіжні друковані газети виходять відносно значним накладом до цього часу. Крім того, триває об'єктивний процес зростання ступеню інтеграції контенту молодіжних ЗМІ у такі платформи, як ЖЖ, Twitter і соціальні мережі, що дозволяє залучати нову аудиторію та будувати з нею більш конструктивний діалог.

Американський науковець Р. Крейг, розглядаючи новітні ЗМІ для молодіжної аудиторії вказує на те, що спершу Інтернет-ЗМІ майже не відрізнялися від журналістики традиційних, зокрема друкованих, засобів масової інформації. Разом із тим, швидкість і надійність роботи комп'ютерної та комунікаційної техніки зростала, а редактори онлайнових видань все більше усвідомлювали ті, справді безмежні можливості, які відкривав Інтернет. З огляду на вказане, інформаційні сайти, розраховані на молодіжну аудиторію почали змінюватися. Зокрема, деякі веб-ресурси почали пропонувати аудіокліпи зі змістом інтерв'ю та прес-конференцій, що було цілком новим явищем порівняно із традиційними газетами та журналами. Згодом до них додалися та відеокліпи [7, с. 22].

За даними багатьох зарубіжних досліджень [7, с. 26], молодіжна аудиторія Інтернет-ЗМІ також характеризується значною зацікавленістю інформацією. Читачі Інтернет-новин стежать за висвітленням подій у різних ЗМІ та звертаються до Інтернету, щоб знайти докладну інформацію і різні погляди на ту чи іншу подію. Молоді користувачі Інтернету, як правило, відзначають, що завжди готові перейти від одного джерела інформації до іншого, якщо це нове джерело подає інформацію швидше й у зручнішій формі.

Підсумовуючи різні концепції, можна виділити таку порівняльну характеристику сильних і слабких сторін друкованих та Інтернет засобів масової інформації, орієнтованих на молодь (табл. 1).

Таблиця 1. Сильні й слабкі сторони різних типів молодіжних ЗМІ

Вид ЗМІ	Сильні сторони	Слабкі сторони
Інтернет	Можливості постійного подання нової інформації, зокрема фото-, аудіо- і відеоматеріалів, прямого висвітлення подій. Інтерактивність, тобто можливість зворотного зв'язку Інтернет-аудиторії з авторами видань. Менші можливості для цензури та контролю.	Для користування необхідні технічні пристрої (комп'ютер, ноутбук, планшет, смартфон). Оперативність доступу до ЗМІ залежить від швидкості Інтернет, а тому може бути значний час завантаження графіки та відео. Джерела інформації часом не є надійними.

Газети та журнали	У друкованих ЗМІ можливою є значна широта охоплення подій і питань, які висвітлюються. Можливим виявляється здійснення докладних пояснень складних моментів. Великі можливості для стилістичного різноманіття матеріалів. Дуже значна різноманітність тем.	Недостатня оперативність висвітлення новин. Неможливість використовувати відео- та аудіоматеріали. Глибокому аналізу часто перешкоджає форс-мажор при здачі видання у друк. Неможливим є пряме висвітлення подій. Друковані видання швидше за всіх інших зазнають цензури з боку держави чи приватних власників.
-------------------	--	--

Фінансово-економічне становище молоді та молодіжних ЗМІ. Як вже зазначалося вище, не можна заперечувати кризовий фінансовий стан, у котрому перебувають як переважна більшість представників молоді, так і друковані засоби масової інформації, що так чи інакше представляють їх інформаційні інтереси та дають відповіді на інформаційні запити.

Більше того, потреба у заробітку та комерціалізація більшості регіональних ЗМІ упродовж останніх десятиліть призвела до того, що друкована преса у значній мірі втратила свою виховну функцію, змінивши її на функції розваги та задоволення споживчих інтересів. За наявної економічної кризи у країні навряд чи варто розраховувати на те, що ЗМІ найближчим часом змінять своє ставлення до молодіжної аудиторії. Як вбачається, щоб змінити ситуацію, доцільно підійти до проблеми

з іншого боку – спробувати змінити відношення між молодіжною аудиторією та ЗМІ, хоча процес цей повинен бути взаємним.

Виходячи з даних Державної служби статистики України, починаючи з 1990 р. (табл. 2), динаміка випуску журналів і газет в Україні (значний відсоток з яких був орієнтований на молодіжну проблематику) змінювалася щороку. Так, порівняно з 1990 р., наразі відзначається кількаразове зростання випуску періодичних друкованих видань (крім газет) та їх тиражу. Водночас, кількість газет та їх середній разовий тираж змінювався щороку, що залежало, скоріш за все, від економічної ситуації на рівні окремої області/району України. Істотне зменшення кількості друкованих видань та їх тиражу у 2014-2015 рр., вочевидь, пов'язане з відторгненням Криму та російською агресією на сході України.

Таблиця 2. Статистичні дані щодо випуску друкованих періодичних видань в Україні [9]

Роки	Випуск періодичних і продовжуваних видань (крім газет)		Кількість газет	
	кількість видань, друкованих одиниць	річний тираж, млн. прим.	кількість видань, друкованих одиниць	середній разовий тираж, млн. прим.
1990	185	166	1787	25
1991	194	95	1891	27
1992	321	16	1695	24
1993	522	33	1757	40
1994	461	19	1705	20
1995	604	24	1877	21
1996	717	20	2206	23
1997	817	20	2520	34
1998	1009	57	2659	48
1999	1374	40	2551	39
2000	1242	52	2667	48
2001	1653	60	2727	53
2002	1923	84	3045	87
2003	2246	130	2891	75
2004	2385	124	3014	88
2005	2182	132	2974	80
2006	2301	138	2918	90
2007	2420	237	2885	61
2008	2422	270	2647	59
2009	2515	256	2499	55
2010	2822	338	2347	55
2011	2886	316	2266	51

2012	2945	368	2343	53
2013	3259	468	2270	52
2014	3121	513	2129	49
2015	2847	233	1846	40

За наявних економічних обставин на нинішньому етапі багато вітчизняних ЗМІ, особливо регіональних, активно культивують роль транслятора політики влади, фінансових інституцій, або великих рекламодавців. Практика спонсорства або прямих фінансових вливань від влади, бізнесу в обмін на лояльність не дозволяють у вітчизняних ЗМІ працювати у повній мірі механізмам конкуренції, реклами, попиту та пропозиції.

Крім того, розповсюджена у багатьох друкованих мас-медіа система копірайтингу й іміджмейкерства призводить до того, що, по-перше, із вказаних ЗМІ «вимиваються» журналістські матеріали і, по-друге, редакції, що практикують вказану практику, майже припиняють вивчати та враховувати справжні інтереси молодого читача.

Виходячи з вищезазначеного, парадоксальність сучасної ситуації полягає у тому, що при всій залученості молоді до медіасередовища, у його відносинах зі ЗМІ спостерігається глибинний конфлікт. Відчуження українських ЗМІ від аудиторії, особливо молодіжної на жаль стає реальністю для багатьох регіонів нашої країни, особливо Сходу та Півдня, які є найбільш чутливими з огляду на політичний і безпековий контекст.

Отже, розглянувши наукову проблематику соціально-економічних факторів впливу на розвиток молодіжної преси у незалежній Україні, ми прийшли до наступних висновків.

За умов, коли аналіз молодіжної політики держави, а також становища молоді в Україні вже тривалий час є сучасною актуальною проблемою політології, державного управління, соціології, історії й інших дисциплін, питання ролі молодіжного друкованого слова досі не отримали належного всеохоплюючого вивчення, за винятком окремих публікацій і нечисельних монографій.

Упродовж останніх десятиліть на розвиток молодіжних ЗМІ в Україні одночасно впливав ціла низка соціально-економічних факторів, причому як у безперечно позитивному, так і негативному концепті. Серед позитивних факторів впливу – зростання національної та політичної свідомості, а також рівня самоорганізації української молоді, що знайшло своє відображення в її інформаційних запитах до друкованого слова. Водночас, базовим негативним чинником впливу вважаємо фінансо-

во-економічний, який виражався та виражається у тому, що постійна криза у вітчизняній економіці призвела до посилення негативних соціальних явищ у молодіжному середовищі, його часткової маргіналізації, а відтак – примітивізації тематики окремих молодіжних газет і журналів.

За цих суперечливих трендів актуальним завданням стає медіа освіта молоді засобами друкованого слова, причому, особливо активно – на регіональному рівні. За допомогою медіа просвітництва молодь зможе, критично оцінюючи роботу журналістів, відрізняючи міф від реальності, розуміючи природу маніпуляцій, осмислити свої світовідчуження, сформулювати ставлення та професійно висунути запити до вітчизняних мас-медіа.

Безумовно, що піднята у даній статті наукова проблема має значні перспективи для подальших розвідок. По-перше, це порівняльний аналіз соціально-економічних факторів, як впливали на розвиток молодіжної преси в Україні й інших країнах пострадянського простору в період, починаючи з 1991 року. По-друге, це виявлення взаємопов'язаності динаміки розвитку молодіжних друкованих видань у нашій країні із таким важливим соціальним фактором, що характеризує розвиток сучасної людини, як культура читання. По-третє, це дослідження середньо- та довгострокових перспектив молодіжної преси у різних регіонах нашої країни з урахуванням прогнозованого соціально-економічного становища місцевої молоді.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Артамонова І.М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні: монографія / І.М. Артамонова. – Донецьк: Лебідь, 2009. – 416 с.
2. Барановська І.М. Дисертаційні дослідження з журналістики на молодіжну проблематику (друга половина ХХ ст.) / І.М. Барановська // Стиль і текст. – 2004. – Вип. 5. – С. 37-40.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: ООО «Изд-во АСТ», 2000. – 788 с.
4. Белінська І. Тематична модель обласного громадсько-політичного видання / І. Белінська // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2003. – Т. 13. – С. 23-28.
5. Бордіян Я.І. Державне управління соціальною роботою з дітьми та молоддю в Україні: автореф. дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Ярослав Ігорович Бордіян; Нац. акад. держ. упр. при Президенті України, Львів. регіон. ін-т держ. упр. – Львів, 2017. – 20 с.
6. Губеладзе І.Г. Сільська молодь у місті: пошук ідентичності: монографія / І.Г. Губеладзе; Нац. акад. пед. наук України. – К.: Міленіум, 2015. – 235 с.
7. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Р. Крейг; пер. А. Іщенко. – К.: Видав-

ничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 324 с.

8. Лаврик О.В. Інтерв'ю в сучасній молодіжній пресі: жанрово-стильові особливості (на матеріалі журналів «Молоко» та «Екстим ХЗМ») / О.В. Лаврик // Наукові записки Інституту журналістики. – 2009. – С. 80-83.

9. Матеріали офіційного сайту Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

10. Молодь України в контексті міжкультурної комунікації: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених, 31 берез. 2016 р. / Дніпропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля. – Дніпропетровськ: Ун-т ім. А. Нобеля, 2016. – 257 с.

11. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика /

Б.В. Потятиник. – Л.: ПАІС, 2010. – 243 с.

12. Свиридов К. Молодь в структурі громадянського суспільства: проблема ефективної взаємодії / К. Свиридов // Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип. 80. – С. 381-384.

13. Тимошик М.С. Українська молодіжна преса в останній період існування СРСР (1986-1991): монографія / М.С. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2010. – 238 с.

14. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер; [пер. с англ.]. – М.: АСТ, 1999. – 781 с.

15. McLuhan M. Understanding media: the extensions of man / M. McLuhan; introd. L.H. Lapham. – Cambridge, Massachusetts; London: The MIT press, 1997. – 365 p.

Івашченко Максим Аналіз соціально-економічних факторів впливу на розвиток молодіжної преси у незалежній Україні

У статті на основі історичного та медіазнавчого дискурсу проведений аналіз соціально-економічних факторів впливу на розвиток молодіжної преси у незалежній Україні. Запропоноване визначення сутності молодіжних ЗМІ через їх основні характеристики. Виділені такі фактори впливу на вітчизняні молодіжні мас-медіа: формування в Україні інформаційного суспільства, переосмислення молоддю свого місця у соціумі, розвиток молодіжного організованого руху, підвищення політичної свідомості української молоді, розповсюдження нових технологій подання інформації, фінансово-економічне становище молоді та молодіжних ЗМІ.

Ключові слова: *молодь, молодіжна преса, молодіжні ЗМІ, молодіжна журналістика, регіони, області, журнали, газети, ідеологія, фактори, чинники, інформаційне суспільство, інформація, Інтернет*

Ивашченко Максим Анализ социально-экономических факторов влияния на развитие молодежной прессы в независимой Украине

В статье на основе исторического и медиаведческого дискурса проведен анализ социально-экономических факторов влияния на развитие молодежной прессы в независимой Украине. Указано определение сущности молодежных СМИ за их основными характеристиками. Выделено следующие факторы, влияющие на отечественные молодежные СМИ: формирование в Украине информационного общества, переосмысление молодежью своего места в социуме, развитие молодежного организованного движения, повышение политического сознания украинской молодежи, распространение новых технологий представления информации, финансово-экономическое положение молодежи и молодежных СМИ.

Ключевые слова: *молодежь, молодежная преса, молодежные СМИ, молодежная журналистика, регионы, области, журналы, газеты, идеология, факторы, факторы, информационное общество, информация, Интернет*

Ivashchenko Maksym Analysis of social and economic factors influence the development of youth press in independent Ukraine

On the basis of historical and journalistic discourse analysis of socio-economic factors influence the development of youth press in independent Ukraine. Proposed definition of the essence of youth media through their main characteristics. Obtained such factors impact on the domestic youth media: the formation of information society in Ukraine, young people rethinking their place in society, the development of youth organized movement, raising the political consciousness of the Ukrainian youth, the spread of new presentation technologies, financial and economic situation of young people and youth media.

Under the conditions when the analysis of the youth policy of the state, as well as the situation of youth in Ukraine is already long time is today urgent problem of political science, public administration, sociology, history and other disciplines, questions the role of the youth of the printed word has not yet received a proper all-encompassing study, except individual publications and few monographs.

It is noted that the transformation of the Ukrainian youth axiological systems (with Soviet values on the values of the independent Ukraine) was a long process, which in some regions of our country is still ongoing. It is proved that organized youth movement represented by the students and the other layers of young people, was at the forefront of receipt of the Ukrainian State. However, the origins of the youth press in independent Ukraine are back to 1990-1991. When all the youth publications came out of the subordination of the Komsomol.

In recent decades, to the development of youth media in Ukraine at the same time is influenced by a number of socio-economic factors, and certainly in a positive and a negative concept. Among the positive factors of influence – the growth of national and political consciousness, and the level of self-organization of the Ukrainian youth that was reflected in its information requests to the printed text. However, the basic negative factor influencing consider financial and economic, which is expressed and manifested in the fact that the ongoing crisis in the domestic economy has led to increased negative social phenomena among young people, its partial exclusion, and then – primitivization subjects of individual youth newspapers and magazines.

In the face of these conflicting trends urgent task becomes media-education youth means of the printed word, and is particularly active – at the regional level. With media-education youth can critically evaluating the work of journalists, featuring the myth from reality, understanding the nature of the manipulation, to understand their attitude, attitude and formulate professional push requests to the domestic media.

Keywords: *youth, youth media, youth media, youth journalism, regions, areas, magazines, newspapers, ideology, factors, factors, information society, information, Internet*

Рецензенти:

Михайлуца М.І., д.і.н., професор

Шитюк М.М., д.і.н., професор