Александр Петрович Короченский

*Белгородский государственный национальный научно-исследовательский университет*

prensa@yandex.ru

**Журналистика как катализатор интеллектуального развития**

**и креативности российской молодежи**

Рассматривается актуальное состояние деятельности российских СМИ по развитию интеллектуально-творческого потенциала новых поколений россиян. Материал исследования – ориентированные на молодёжную аудиторию медиа, включая СМИ Белгородской области.

*Ключевые слова*: молодежные медиа, интеллектуальное развитие, стимулирование креатива.

В настоящее время в медиасистеме России явственно просматривается дефицит медиа, поощряющих когнитивную активность и материальное творчество молодежи. Это положение контрастирует с ситуацией советского периода (вспомним журналы «Наука и жизнь», «Техника – молодежи» и прочие издания и программы). Такой дефицит наблюдается и в регионах. Так, в Белгородской области после фактической утраты молодежной аудитории бывшая комсомольская областная газета «Смена» была переформатирована в спортивный еженедельник. В результате прекращения финансовой поддержки со стороны областной администрации журнал «для думающей молодежи» («Он о нас») прекратил своё существование. Сказались также перемены в медиапотреблении молодёжи, в значительной своей части не расположенной к чтению бумажной прессы. Исследователь белгородской молодёжной журналистики А. М. Аткина установила, что подобная судьба постигла практически все медийные проекты, ориентированные на молодежь области, не исключая радийные и телевизионные [1; 2]. Рыночная среда не благоприятствует выживанию собственно молодежных проектов, включая самые рейтинговые из них – развлекательные.

Очевидна потребность в новых молодежных медиа, стимулирующих познавательную активность молодежи, её интерес к образованию, науке и техническому творчеству. Учитывая специфику молодежной аудитории, вести такие медиа должны молодые журналисты, знающие менталитет и психологию современной молодежи и её информационные запросы – и одновременно поддерживающие постоянные контакты с опытными педагогами и социальными психологами. Назрела необходимость в открытии практико-ориентированных магистерских программ по молодежной журналистике.

В наши дни желаемой моделью журналистского образования провозглашается профессиональная подготовка журналистов на основе запросов медиаиндустрии, когда студенты отрабатывают по преимуществу востребованные индустрией навыки. Однако индустриальные запросы не тождественны социальному заказу, требующему адекватной медийной поддержки интеллектуально-творческого развития молодёжи. Перед лицом современных глобальных вызовов России жизненно необходимы молодые интеллектуально состоятельные и креативные кадры, способные создавать новую экономику передовых знаний и технологий в дополнение к привычной сырьевой ориентации. Это означает, что своё веское слово обязаны сказать система образования и государство, призванное создавать и поощрять молодежные медиа, стимулирующие интерес молодых к образованию и науке, личностному интеллектуальному развитию и техническому творчеству. Помочь в этом можно через систему финансируемых государством медийных проектов, которые должны рассматриваться как социально необходимые, при этом их реализация выводится за пределы рыночной среды.

*Литература*

1. Аткина А. М. Молодежная журналистика в реализации государственной молодежной политики России в постсоветский период (На примере Белгородской области): автореф. дис. … канд. филол. наук. Воронеж, 2017.

2. Аткина А. М. Молодежь Белгородской области как аудитория региональных СМИ // Науч. ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2011. № 12 (107). Вып. 10. С. 192–205.