



# МОЛОДЕЖНЫЕ ИЗДАНИЯ

Выполнила: Мубаранникова Светлана

Современные представления о возрастных границах молодости усложнились. В данном случае говоря о молодежной аудитории, мы подразумеваем людей в возрасте 15-24 лет. Этот период охватывает две из трех групп, выделенных Федеральной службой гостата: 15-19л. и 20-24 г. Схожую шкалу предлагают и специалисты возрастной психологии



Молодежные СМИ можно разделить по типиформирующим признакам:

- Технологические (формат, тираж, объем, периодичность)
- Экономические
- Аудиторные
- Редакционные
- Организационные
- Информационные (по типу и характеру публикуемой информации)
- Функциональные

# ПО ХАРАКТЕРУ АУДИТОРИИ

- Общероссийские
- Межрегиональные
- Международные
- Городские
- Для социальных групп
- Издания для студентов вузов
- Разделенные по гендерному признаку
- Для разных возрастных групп

# ПО ХАРАКТЕРУ ИНФОРМАЦИИ

- Универсально тематическая
  
- Монотемная
  1. О студенческой жизни
  2. О межличностных отношениях
  3. О технике
  4. О музыке
  5. О высшем образовании
  6. О моде
  7. О экологии
  8. О бизнесе
  9. Комиксы

# ПО СПОСОБУ ПРОИЗВОДСТВА

- Профессиональные СМИ, создаваемые журналистами
- «Самодеятельные СМИ», создаваемые самой молодежью

Также выделяют по структуре СМИ:

- Дочерние предприятия
- Приложения
- Самостоятельные СМИ

# ПО ВЫПОЛНЯЕМЫМ ФУНКЦИЯМ

- Коммуникативная (служит для установления связей, общения)
- Информационная
- Культурно-образовательная
- Рекреативная

# ПО ЦЕЛЕВОМУ НАЗНАЧЕНИЮ

- Информационно-публицистические
- Научно-популярные
- Литературно-художественные
- Развлекательные

