

Отношение молодежи г. Воронеж к музыкальным интернет-СМИ

С развитием интернета расширились способы потребления информации. У изданий появилась возможность выйти на новый уровень развития: «происходит синтез, когда на форумах появляется своя собственная новостная лента, а к «большим» сайтам, соответственно, добавляют форум, где сотрудники PR-отдела и другие люди, трудящиеся на благо компании, могут прочесть мнения простых пользователей»¹.

Таким образом, интернет-СМИ привлекают к себе все больше аудитории. Помимо привлекательности в виде доступа к моментальному предоставлению информации, а также ее обсуждения, доктор филологических наук Горина Е.В. и Лазарева Э.А.⁽²⁾ выделяет компрессию текста, которая способствует облегченному восприятию, сопровождение текста иллюстрациями, притягивая читателей невербальными средствами.

На фоне печатных СМИ, интернет-журналы о музыке могут выделиться быстрым доступом к аудио- и видеосюжетам. Для адресата всегда доступна информация за любые даты. Благодаря таргетированной рекламе есть быстрый доступ к интересующей нише развлечений.

Проблемная ситуация заключается в том, что к интернет-журналам о музыке обращается молодежь с целью в свободное время углубленно изучить интересующую тему, с другой стороны — такой вид СМИ является узкоспециализированным, что приводит к недостаточному знанию о таком формате получения информации.

В связи с этим, **целью** исследования является изучение осведомленности и отношения молодежи г. Воронеж о музыкальных интернет-журналах. В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие **задачи**:

1. Изучить мотивацию молодежи к получению информации о музыке в интернет-журналах.
2. Выявить наиболее востребованный формат подачи информации в интернет-журналах.
3. Как влияет возможность коммуникации посредством комментариев на восприятие музыкальных публикации

Объектом исследования выступают молодые люди г. Воронежа в возрасте 18-35 лет.

Предметом исследования является особенности отношения молодежи г. Воронежа к музыкальным интернет-СМИ

¹ (Сюндюков Н. К. Интернет-СМИ и особенности их функционирования//УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ . № 12 . 2014. С.183)

² Горина Е.В. Лазарева Э.А. ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЕ КАК ТЕКСТОВОЙ ФЕНОМЕН

Анкета

1. Какой формат музыкальных СМИ Вы читаете или слушаете? (выберите не более трех вариантов)

- 1) Социальные сети
- 2) Сайт СМИ
- 3) Телевидение
- 4) Газеты, журналы
- 5) Радио

2. Музыка для Вас это:

- 1) Источник вдохновения
- 2) Способ расслабиться
- 3) Способ сконцентрироваться
- 4) Повод познакомиться
- 5) Фон
- 6) Другое (напишите свой вариант ответа)

3. Выберите интересующие Вас рубрики:

- 1) Знаменитости
- 2) Новинки музыки
- 3) Записи выступлений
- 4) Анонсы мероприятий
- 5) Все вышеперечисленные

4. Для чего Вы используете музыкальные интернет-СМИ? (можно выбрать несколько вариантов)

- 1) Поиск новых артистов и музыкальных проектов
- 2) Получение информации о предстоящих мероприятиях
- 3) Изучение архива выступлений
- 4) Поиск единомышленников
- 5) Другое (напишите свой вариант ответа)

5. Где Вы узнаете о музыкальных новинках?

- 1) Приложения с музыкой
- 2) Новостные сайты
- 3) Совет знакомых
- 4) Реклама
- 5) Другое (напишите свой вариант ответа)

6. Оцените, насколько Вам важно наличие контента в музыкальном СМИ, где 1 — «совсем не интересует», 5 — «обязательно изучу» (Дайте ответ в каждой строке, обведя нужную цифру)

Формат контента					
Аудиозаписи	1	2	3	4	5
Видеоролики	1	2	3	4	5
Изображения	1	2	3	4	5
Текст	1	2	3	4	5

7. Важно ли для Вас обсуждение музыки и новостей о звёздах с близким окружением?

- 1) Да
- 2) Скорее да, чем нет
- 3) Скорее нет, чем да
- 4) Нет

8. Пишите ли Вы комментарии под постами?

- 1) Да, вступаю в обсуждение с другими людьми
- 2) Да, но в обсуждениях не участвую
- 3) Нет, не пишу

9. Укажите Ваш пол:

- 1) Мужской
- 2) Женский

10. Укажите Ваше образование:

- 1) Среднее
- 2) Среднее специальное / незаконченное высшее
- 3) Высшее