

Подростки в поисках идентичности: социальные сети и СМИ

Научный руководитель – Пронина Елена Евгеньевна

Воробьева Ольга Сергеевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: 22blackberry@rambler.ru

В отличие от изданий для взрослой аудитории, которые предлагают контент разной тематики и формата, средства массовой информации для подростковой аудитории, как правило, представляют свою целевую аудиторию однородной, либо обращаются к группе популярных интересов.

СМИ для подростков, безусловно, учитывают особенности восприятия информации аудиторией этого возраста: работают с короткими текстами в журналах, используют короткие видео в формате GIF в онлайн-версии.

Однако определение оптимальных для восприятия форм материала - это лишь часть результативного взаимодействия СМИ с аудиторией. Для полноценной коммуникации необходимо предлагать контент, привлекательный и полезный для разных частей этой аудитории. В этом смысле молодежные издания ориентируются на развлекательность в ущерб познавательности, разрабатывают и продвигают гедонистическую модель поведения. В результате некоторые потребности подростков - потребность в самопознании, познании других, поиске смысла жизни, саморазвитии остаются нереализованными.

Эрик Эриксон в книге «Идентичность: юность и кризис» говорит о том, что в стадии отрочества человек пытается ответить на вопросы о своих взглядах, убеждениях, позициях, найти свою идентичность [1].

Результаты опросов, проведенных в 2013-2015 годах в Московской области для определения ценностных ориентаций школьников старших классов, свидетельствуют о том, что у современных подростков действительно существует потребность в самоидентификации. Взаимодействие с социальной средой порождает у них агрессию, тревогу, страх, они стремятся найти причины несправедливости внешнего мира и справиться с ними, реализовать свое стремление помогать людям. При этом стоит помнить, что нерешенная проблема самоидентификации может привести к личностному кризису.

Опросы также показали, что более половины школьников старших классов не читают подростковые журналы. Большая часть ищет информацию и ответы на свои вопросы в социальных сетях. Таким образом, они становятся для подростков своего рода инструментом поиска идентичности.

Среди самых используемых данной возрастной аудиторией соцсетей - Вконтакте. Анализ сообществ «ВКонтакте» через сервис Vorigi показал, что самыми популярными группами в этой соцсети в возрастной группе до 18 лет являются сообщества с юмористическими высказываниями, гороскопами, фильмами, сериалами, а также паблики, которые условно можно назвать «философскими».

Такие сообщества задают вопросы, интересующие подростков, не давая на них ответа. Редакторы этих групп делают акцент на обособленности подростков от остального общества, выделяют непохожесть этого поколения на предыдущие. В контенте сообществ это различие - источник одиночества, разлада с самим собой и окружающими. Выделяется непостоянство современных людей («В 21 веке навсегда - это 2 недели»), их испорченность («Прогнили дни, прогнили мы», «Подростки испорченного поколения»), отсутствие жизни («Мы мертвое поколение», «Мы дети печальной эпохи»).

Однако возникает вопрос, является ли «понимающая» стратегия пабликов в соцсетях результативной? Способствует ли поиску идентичности поддержание маргинального положения подростка в обществе?

Появились подростковые издания, которые используют несколько иную стратегию, нежели сообщества «ВКонтакте».

В декабре 2016 года в Казани по инициативе матери одного из школьников появился интернет-журнал для подростков «Фракция» [2]. Среди тем, которые предполагается рассматривать в этом журнале, - проблемы в школе, неприятие себя и своего тела, отношения с родителями, новые сериалы и фильмы, политика и другие.

Он затрагивает проблемы, волнующие подростков: «Почему родители воюют с детьми и как это прекратить?», «Почему зависеть от мнения толпы в нашей природе, и когда нужно это остановить» и, в отличие от пабликов в социальных сетях, предпринимает попытки их решить.

Немаловажно, что на виртуальных страницах журнала появляются сами подростки - журналисты берут у них интервью, спрашивая об их страхах и ожиданиях. Некоторые школьники сами выступают в качестве авторов материалов. Однако порой возникает впечатление, что некоторые материалы скорее навязывают определенные точки зрения родителей, чем предлагают свободный выбор.

По словам его создателей, помимо журнала они хотят создать площадку, где каждый может попробовать себя в новой роли (писателя, спикера, лектора, художника, режиссера, актера).

Таким образом, мы наблюдаем новые тенденции в молодежной прессе и новые решения существующих в этой сфере проблем. Но следует рассматривать это как естественный эксперимент. Необходимо внимательно следить за тем, как он будет развиваться и насколько он оправдает ожидания, станет ли он действительно площадкой для самовыражения и самореализации подростков, местом, где они наконец могут высказаться, рассказать о том, что их волнует и обсудить это.

Источники и литература

- 1) Эриксон Э. Э. Идентичность: юность и кризис. М., 1996.
- 2) Журнал "Фракция": <http://frakcia.com/>