

Секция «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

МЕДИЙНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ПОДРОСТКА

Научный руководитель – Смирнова Светлана Геннадьевна

Лобов Илья Вячеславович

Студент (бакалавр)

Костромской государственной университет, Кострома, Россия

E-mail: rapid131313@yandex.ru

Цель исследования: выявить отличительные черты «медийного портрета» современного подростка

Объект исследования: подростки - победители конкурса «Взгляд в медиабудущее» - 2020, участвующие в VII медиафоруме «Артек», подростки - участник детских студий и школ журналистики (200 человек) РФ, а также школьники РФ, осваивающих интернет-пространство самостоятельно, без педагогического сопровождения.

Предмет исследования: «медийные портретные» характеристики подростка, погружённого в медиасреду в 2021 году от его сверстников 2016-2017 гг.

Гипотеза: в мире стремительного роста интернет- технологий, расширения интернет-пространства, подростки «2021» не испытывают страха и легко осваивают как сами технологии, так и новые роли как ожидаемые правила поведения в них

В отличие от подростков-сверстников, осваивавших медиа, современные подростки не только больше времени проводят в интернете, но и чаще заходят в социальные сети. Получив опыт реальной социального дистанцирования в период пандемии, интернет как пространство, позволяющее выстраивать коммуникации, вырос в понимании не только подростков, но и общества, перешедшего частично в 2020 году на удалённый режим работы.

Какие же платформы и соцсети являются самыми популярными у подростков для размещения и просмотра контента, самовыражения?

- <https://ppc.world/feed/turbo/yandex/articles#vk>
- <https://ppc.world/feed/turbo/yandex/articles#instagram>
- <https://ppc.world/feed/turbo/yandex/articles#YouTube>
- <https://ppc.world/feed/turbo/yandex/articles#Facebook>
- <https://ppc.world/feed/turbo/yandex/articles#TikTok>

Причём последний стремительно утрачивает свою популярность.

Рассмотрим и сравним две группы подростков, погружённых в медиасреду.

Первая группа - юнкоры медиацентров.

Вторая группа - обычные школьники, пробующие себя в медиа, но не являющиеся участниками детских медиацентров. Соглашусь с Кузьминой М.В., считающей, что «современное молодое поколение, активно применяющее различные гаджеты и девайсы, выстраивает систему внешних взаимоотношений при развивающейся внутренней самоорганизации и ответственности внутри команды сверстников» [2]. Только вместо воспитательно-педагогического воздействия примером становятся успешные блогеры и тиктокеры. Их мотиваторы и ценности весьма разнообразны и, подчас, сомнительны.

Однако, «медийные черты» таких подростков сходны с юнкорами студий: стремление к самовыражению, устойчивый познавательный интерес к творчеству успешных медийных лиц, стремление к самосовершенствованию, неагрессивное восприятие неудач «конкурентов»,

Общим для современных подростков является и стремление «докопаться до истины».

Наряду с сохранением образца, чьё медиаторчество становится примером для подростков, в настоящее время кроме «медийных» журналистов становятся в один ряд сверстники-блогеры. Это отличает «2021» от «2017». Средства для выражения творческого лица как у «организованных» юнкор-студийцев, так и у остальных детей регионов РФ. Правда, стоит отметить, что медиаграмотность у юнкор, несомненно, выше. Именно они понимают, что ориентироваться следует на проверенную информацию, а не на эмоционально поданную, имеющую личностную окраску.

В сравнении с анализом, проведённым в 2017 году президентом Творческого объединения «ЮНПРЕСС», кандидатом философских наук, доктором педагогических наук, главным редактором мультимедиапортала молодёжи для молодёжи «ЮНПРЕСС» Сергеем Борисовичем Цымбаленко[3] [4], полученные нами данные свидетельствуют о расширении медийных портретных характеристик современных подростков 2021 года, освоения подростками нового пространства интернета. На смену печатным публикациям в блогах приходят влоги и сторителлинг[1], Подростки чаще ориентируются на развлекательный контент.

Источники и литература

- 1) Абросимова Е. Е. Портрет современного ребёнка-видеоблогера. Владивосток, 2018
- 2) Кузьмина, М. В., Медиацентр образовательной организации как среда формирования медиакультуры подростка [Текст] / М.В. Кузьмина // Ресурсы педагогического сообщества в глобальном информационном пространстве [Электронный ресурс]: сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 4 марта 2014. ИРО Кировской области. – Киров. 2014. С. 44-50
- 3) МЕДИЙНЫЙ ПОРТРЕТ ПОДРОСТКА ДВУХТЫСЯЧНЫХ ГОДОВ. Пособие [U+200A] / [U+200A] С. Б. Цымбаленко – М.: ООДО «Лига юных журналистов», 2018. – 72 с.
- 4) Цымбаленко С.Б. Подростки в информационном пространстве: шаг в завтра//«УТ Москва», 2013, №22 – Режим доступа: <http://www.ug.ru/archive/51220> (дата обращения к ресурсу 03.03.2021)