

Информационный ИММУНИТЕТ

ЦИФРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ – медийный портрет подростка

Сергей Борисович Цымбаленко,
доктор педагогических наук

Павел Макеев,
*аспирант кафедры социологии Российского государственного
гуманитарного университета*

По данным массового опроса (2015 человек 10–17 лет из всех федеральных округов — село, небольшой город, большой город), 93,1% респондентов пользуются Интернетом практически ежедневно, независимо от места проживания. Для сравнения: по данным исследовательской группы ЦИРКОН, в 2012 году каждый день или почти каждый день выходили в Интернет 71% взрослых с 18 лет до 24 лет, чуть более 40% в поколении родителей и 13% в поколении бабушек и дедушек. За последние годы сложилось новое, цифровое поколение с иным входом в мир знаний и человеческих отношений.

• социальное пространство • каналы информации • информационный парадокс • коммуникативные сообщества • медиапользователь • медиалидер

Отличительные характеристики цифрового поколения

Современные дети рождаются и живут в условиях интернет-коммуникации — это новое, цифровое поколение. Освоение информации

с помощью цифровых технологий происходит раньше, чем дети начинают читать и писать — в три-четыре года, часто стихийно, без контроля взрослых. Для современного ребёнка это главное,

С.Б. Цымбаленко, П. Макеев. **Цифровое поколение – медийный портрет подростка**

а иногда и единственное средство входа в мир знаний и общения. Образная и виртуальная картина мира преобладает над интеллектуальной. Но образ может быть примитивным комиксом, аниме, а может вести к глубокому постижению того, что есть мир и общество. Ребёнок в развитии проходит все исторические этапы информационно-коммуникативных культур, начиная с жеста и аффектированных звуков, но в ускоренном темпе. При этом он может сформироваться медиакультурным, а может остановиться на одной из форм или деградировать к ним. Дети испытывают влияние неоднородного социального окружения, которое сохраняет разнобразные поколенческие медиакультуры (письменную, аудиальную, визуальную, компьютерную, мультимедийную). У ребёнка может возникнуть потребность в диалоге с носителями других культур, а может — их отторжение. То или иное развитие зависит

от образовательных технологий. В этом широком диапазоне происходит развитие юного человека, и это та планка, которая необходима в медиаобразовании как пути формирования информационной культуры.

Существенное отличие цифрового поколения: дети и подростки не просто пользуются Интернетом, они живут посредством него. Интернет и в целом информационное пространство служат продолжением, усилением личного и группового социального пространства.

Несостоятельным оказывается миф о том, что Интернет уменьшает реальное жизненное пространство. **НА САМОМ ДЕЛЕ** — подростки стали больше и интенсивней общаться. Об этом свидетельствует изучение каналов информации в структуре досуга.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Чем ты чаще всего занимаешься в свободное время?» (в% от числа опрошенных, возможно более одного ответа). Ранжировано по колонке «2012»

	Формы досуга	1998	2005	2012
1	Проводят время с друзьями	67,4	71,1	68,5
2	Смотрят телевизор	76,7	74,2	56,2
3	Играют в компьютерные игры	29,3	44,9	47,3
4	Обмениваются информацией по компьютерной сети	5,3	12,2	46,7
5	Слушают магнитофон, проигрыватель, плеер	69,6	55,4	34,9
6	Общаются по телефону	33,1	43,7	34,3
7	Читают книги	49,1	18,1	34,1
8	Путешествуют по компьютерной сети	4,6	12,8	33,7
9	Общаются в кружке, секции, клубе, другом объединении	36,6	30,1	33,6
10	Ходят в кино	6,0	21,1	30,2
11	Проводят время с родителями или другими взрослыми	27,6	25,4	29,1
12	Смотрят видеозаписи	51,7	40,8	26,1
13	Встречаются со своей девочкой, своим мальчиком	32,1	28,8	23,9
14	Читают газеты, журналы	36,2	52,8	20,3
15	Слушают радио	51,7	40,8	15,2
16	Ходят в театры, на концерты, в музеи	15,6	15,0	13,2

Если ранее первую строчку в таблице безоговорочно занимало телевидение (в 1998 году 76,7%, в 2005 году 74,2%), то в 2012 году телевидение уходит на вторую строчку (56,2%), уступая место общению с друзьями (68,5%). Компьютерные игры (47,3%) и обмен информацией по Интернету (46,7%) на третьем и четвертом месте, значительно уступая реальному общению. Растёт значимость совместных форм досуга, при этом значимость индивидуальных форм досуга уменьшается. Происходит, вопреки социальным условиям, **возрождение коллективистского сознания и установок**. Это ещё один сигнал движения подрастающего поколения в направлении коллективного разума.

Второе отличие связано с постоянным расширением информационного и жизненного пространства юных россиян. Цифровое поколение можно охарактеризовать как **глобальные дети**, у которых неограниченные возможности получения и переработки информации, знаний. Глобальность и свобода выбора предоставляют возможность для бесконечного расширения знаний и контактов, но требуют для этого новых качеств и механизмов самоорганизации, самообразования. В новом образовательно-информационном пространстве мы сталкиваемся с **информационным парадоксом**. Благодаря

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИММУНИТЕТ

открытой и всеобъемлющей информации, с помощью Интернета дети имеют возможность быть независимыми от взрослых в получении интересующих их сведений. Однако они испытывают потребность в диалоге с авторитетными взрослыми по важным для жизни сведениям и вопросам (родители и учителя занимают третью и четвертую позицию после Интернета и сверстников, опережают средства массовой информации). Достижения выдающихся людей, цивилизаций и человечества, благодаря качественным каналам коммуникации, могут стать доступны конкретной личности как психологические орудия и механизмы.

Интернет выходит на первое место как **источник значимой информации**, постижения реальности, а не ухода от неё.

Компьютерные источники, Интернет лидируют со значительным опережением — 71%, но большинство при этом использует социальные сети как источник знаний. По-прежнему существенен приоритет межличностных каналов, которые, начиная с 1990-х годов, потеснили средства

Таблица 2

Откуда подростки получают значимую для себя информацию?

	Источники важной информации	1998	2005	2012
1	Из компьютерных источников, Интернета	14,6	30,9	71,0
2	От друзей и подруг	66,8	58,8	57,5
3	От родителей	62,1	54,4	55,7
4	На уроках в школе, от учителей	65,1	51,8	52,3
5	По телевидению	54,1	45,7	40,7
6	Из книг	50,0	39,1	32,0
7	Из газет, журналов	34,9	48,4	26,7
8	Просматривая видеозаписи	26,5	18,2	25,7
9	В кружке, секции, клубе	28,6	20,6	24,6
10	Из радиопередач	23,3	18,2	13,3
11	Прослушивая аудиозаписи	28,0	13,9	12,3

С.Б. Цымбаленко, П. Макеев. **Цифровое поколение — медийный портрет подростка**

массовой информации. Живое общение, **межличностное взаимодействие** с ровесниками и взрослыми наряду с виртуальным доминирует, когда подростку нужно что-то понять или принять важное для него решение. Вектор цивилизационного развития с вертикали поколений переходит на равноправное горизонтальное взаимодействие. Межличностное общение у современных подростков — своеобразный «котёл», где переваривается поступающая из разных источников информация: основным фильтром для отбора значимой информации, способом экспертных оценок, придания определённых смыслов информации, порождения новой информации на основе усвоенной индивидуально.

Итак, **подростающее поколение сделало решающий шаг к информационно-коммуникативной цивилизации**, где основным фактором и формой прогресса становится поколенческое и межпоколенческое взаимодействие, диалог. Подростки с опережением стихийно уже живут по модели коллективного интеллекта, используя для принятия решений коммуникацию со сверстниками и взрослыми.

Коммуникативные сообщества учащихся как новая социальная реальность

Социальные сети разрешили серьёзную проблему подрастающего поколения России. После роспуска массовой пионерской организации дети и подростки лишились коллективной жизни и оказались в социальном вакууме.

У подавляющего большинства школьников есть формальный коллектив — учебный класс. Но далеко не всегда отношения в нём отвечают основным признакам коллектива: связывающая всех единая цель, товарищество, коллективная деятельность, принятые всеми законы, традиции.

Есть кружки, секции. В них, по данным исследования, ходит 36% подростков (в Москве — 44,8%), а в интернет-сетях находится более 90%. **Сетевые сообщества**

восполнили недостающее звено коллективной организации жизни.

В исследовании 2013 года «Цифровая компетентность подростков и родителей» под руководством Г.У. Солдатовой выяснено, что среди подростков наиболее популярна сеть «ВКонтакте», в то время как взрослых там в два раза меньше (91% и 46% соответственно)¹. Предпочтения интернет-пользователей формируются не только в виртуальной среде, круг личных знакомств и окружающие подростка сообщества (одноклассники, соседи, объединения по интересам и т.п.) также влияют на выбор интернет-сервисов и обсуждаемый сетевой контент (Г.У. Солдатова и другие, 2013).

Реальные и виртуальные сообщества перетекают друг в друга подобно сообщающимся сосудам и могут привести к формированию коммуникативных сообществ, что может стать новой тенденцией.

На другом полюсе — стихийная самоорганизация в группы для защиты и выживания в условиях хаоса. Информационное взаимодействие взрослых и детей при такой системе приобретает характер межпоколенческого отчуждения. Модель самоорганизации детей в защите от взрослых имеет место в любых изолированных детских сообществах независимо от исходной культуры и воспитания, в отсутствии взрослых «слетает» налёт цивилизации, и взаимоотношения переходят на более низкий уровень, к «первобытной сущности» (Уильям Голдинг «Повелитель мух»). Подобная самоадаптация и самоорганизация происходят в условиях информационного хаоса и изоляции от старшего поколения в интернет-пространстве, где образуется большое количество виртуальных подростковых и молодёжных сообществ.

¹ Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г.У. Солдатова, Т.А. Нестик, Е.И. Рассказова, Е.Ю. Зотова. — М.: Фонд Развития Интернет, 2013.

«Самосознательное сообщество», которое существует и развивается благодаря обогащающей друг друга коммуникации, можно назвать «коммуникативным сообществом», которое имеет тенденцию к расширению пространственно-временных границ. Информационно-коммуникационные механизмы, всеобщий диалог, обеспечивают целостность как отдельного субъекта, так и социумов, общества в целом.

Изучение коммуникативных сообществ и экспериментальная работа с ними позволяют выделить следующие характерные для них особенности и технологии:

1. Гражданская направленность, ответственность за окружающий мир, изменение социальной среды (информационная открытость).
2. Своя созданная и развивающаяся в результате дискурса этика и идеология (автономность от внешней среды), накопление и обогащение самостоятельного опыта решения социальных проблем.
3. Товарищество, взаимное уважение, доверие и ответственность.
4. Разновозрастность как модель общества, межпоколенческого взаимодействия, ответственности друг за друга и за младших, сотрудничества.
5. Открытие мира как программа социализации и интеллектуальная задача индивидуализации.
6. Многообразие деятельности, соответствующей потребностям и интересам членов сообщества.
7. Взрослые и старшие в роли проводников в мир знаний и деятельности, разработчики технологий накопления, передачи и обогащения информации, культурно-исторического опыта.
8. Яркая жизнь, насыщенная событиями, богатство детских впечатлений, которые существенно влияют на всю последующую судьбу, отношение к детям вырабатывают оптимистический и конструктивный взгляд на действительность.
9. Средства коммуникации и информации выступают не только способом реализации целей

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИММУНИТЕТ

и решения проблем коллектива, но и служат самовыражению, самореализации его членов, являются самоценностью. Создаётся уникальное социально-лингвистическое поле, самостоятельная реальность, параллельная действительности и влияющая на неё как проектирующий идеал².

Писатель В.П. Крапивин, создатель знаменитого отряда «Каравелла», в последнее время особо выделил неагрессивность друг к другу и к миру как особую характеристику разновозрастных коммуникативных сообществ, включив дополнительно в набор принципов следующие:

- Отрицание агрессивности в отношении друг с другом и с людьми вообще.
- Осознание, что лишь доброе взаимодействие между членами всего человеческого сообщества даёт шанс сохранить цивилизацию и вообще планету.
- Приверженность членов отряда истине, что духовные ценности имеют явный приоритет над материальными.
- Готовность к сотрудничеству с другими детскими коллективами.

Типы юных медиапользователей и активистов

Характерной чертой новых информационно-коммуникативных взаимодействий учащихся является то, что стираются различия по демографическим признакам (пол, возраст, место проживания).

Различия прослеживаются: по количеству выборов каналов и предпочтениям; по времени пользования; по характеру деятельности в Интернете; по мотивам медиапользования.

По этим основаниям можно построить медийный портрет подростка. Данные

² Цымбаленко С.Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. — М.: НИИ школьных технологий, 2010. — 16 п.л.

С.Б. Цымбаленко, П. Макеев. **Цифровое поколение – медийный портрет подростка**

были получены в результате социологического опроса учащихся Москвы (520 человек), проведённого в августе-октябре 2014 г.

После занятий в школе и других обязательных дел он (она) чаще всего встречается с друзьями, читает книги, обменивается информацией по компьютерной сети, слушает аудиозаписи, общается в кружке, секции, клубе, другом объединении. Да, эти занятия ныне потеснили телевизор. Вопреки распространённому мнению, компьютерные занятия (путешествие по сети, компьютерные игры) занимают среднее положение в ряду занятий, уступая общению с родителями и другими взрослыми, походам в кино, просмотру видеофильмов. Налицо приоритет занятий, связанных с общением.

Таблица 3

Чем ты чаще всего занимаешься в свободное время?

Провожу время с друзьями	69,5%
Читаю книги	56,9%
Обмениваюсь информацией по компьютерной сети	53,6%
Слушаю магнитофон, проигрыватель, плеер	48,2%
Смотрю телевизор	45,2%
Общаюсь в кружке, секции, клубе, другом объединении	44,8%
Провожу время с родителями или другими взрослыми	41,3%
Смотрю видеозаписи	38,0%
Хожу в кино	36,2%
Играю в компьютерные игры	34,7%
Общаюсь по телефону	34,4%
Путешествую по компьютерной сети	32,0%
Хожу в театры, на концерты, в музеи	28,4%
Встречаюсь с девочкой (девушкой), мальчиком (юношей)	20,4%
Читаю газеты, журналы	18,8%
Слушаю радио	15,9%
Другое	11,0%

Роль компьютеров и Интернета возрастает, когда нужно добыть полезную информацию. На втором месте по значимости — школа, учителя, сверстники, затем книга(!). Важные сведения можно получить, посещая кружки, секции, просматривая фильмы. Средства массовой информации как источник полезной информации занимают очень скромное место. Телевидение подростки теперь считают развлечением.

Таблица 4

Откуда ты узнаешь обо всём самом интересном и важном для тебя?

Из компьютерных источников, Интернета	67,5%
На уроках в школе, от учителей	58,7%
От друзей и подруг	56,3%
Из книг (помимо учебников)	51,2%
От родителей	34,0%
Просматривая видеофильмы	34,0%
В кружке, секции, клубе, другом объединении	33,4%
Из телевизионных программ	33,1%
Из газет и журналов	28,3%
Прослушивая аудиозаписи (кассеты, диски)	17,5%
Из радиопередач	11,7%
Другое	2%

Интернетом типичный юный москвич пользуется каждый день (88,8%), это повседневная реальность. Чаще всего — это поиск и скачивание разнообразной интересной информации, фото, видео, музыки, новостей, а также информации, необходимой для учёбы. Значительное время уходит на общение, чтение новостных лент. Творчество (создание и размещение видео, фото, аудио, свой блог) также присутствует, хотя занимает более скромное место, чем заказ и покупки разных товаров. Компьютерные игры, увлечение которыми, судя по всему, сильно преувеличено взрослыми, занимает такое же время, как творчество.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИММУНИТЕТ

Таблица 5

Что ты делаешь в Интернете?

Ищу и/или скачиваю разнообразную интересную информацию, фото, видео, музыку, новости	84,2%
Ищу информацию для учёбы (работы)	75,2%
Общаюсь в Интернете всеми возможными способами	60,9%
Читаю новостные ленты (в том числе в соц. сетях)	51,9%
Заказываю и покупаю разные товары	35,2%
Играю в онлайн- и мобильные игры	30,1%
Создаю и размещаю свой контент (видео, фото, аудио, свой блог)	30,1%
Ищу новых друзей в социальных сетях	27,2%
Пользуюсь образовательными порталами, онлайн-курсами	26,6%
Ищу информацию о новинках в интернет-магазинах, выгодные предложения, акции	23,6%
Общаюсь с другими людьми в онлайн-играх и виртуальных мирах	21,5%
Скачиваю бесплатно всё, что можно скачать, в том числе и без разрешения	19,1%
Навожу критику, спорю, издаюсь в комментариях	14,3%
Ищу возможность заработать	13,1%
Создаю сам сайты, программы, приложения	11,6%
Другое	2%

Это реальность. А привлекателен Интернет, прежде всего, обилием интересной и развивающей информации, возможностями для знакомства и общения с друзьями. Затем доступностью развлечений, игр, фильмов, книг, различных ресурсов, причём быстрой и бесплатной. И только после этих возможностей следует как необходимость подготовка к занятиям в школе.

Таблица 6

Что тебя привлекает в Интернете?

Обилие интересной и развивающей информации	73,2%
Возможности для знакомства и общения с друзьями	64,1%
Доступ к развлечениям, играм, фильмам и книгам	67,3%
Возможности готовиться к занятиям в школе	60,1%
Быстрый и бесплатный доступ к разнообразным ресурсам	55,6%

Юный москвич открыт для прогресса, считает, что новые технологии стремительно меняют мир, кто успевает ими овладеть — на вершине успеха, а также облегчают и улучшают жизнь, делают человека свободней,

Таблица 7

Как новые технологии влияют на тебя и общество?

Технологии стремительно меняют мир, кто успевает ими овладеть — на вершине успеха	33,1%
Технологии облегчают и улучшают жизнь, делают человека свободней	27,2%
К техническим новшествам надо относиться осторожно и уметь их правильно использовать	21,0%
Новые технологии ведут к непредсказуемым и часто негативным последствиям для человечества	5,9%
Развитие новых технологий не несёт ни угрозы, ни особой пользы человечеству	4,4%
Технологические изменения плохо влияют на здоровье и жизнь, они опасны	1,5%
Затрудняюсь ответить	6,8%

Таблица 8

Что тебя раздражает в Интернете?

Риск заражения компьютера вирусами и вредоносными программами	30,4%
Ложная, ненужная или негативная информация	30,1%
Зависимость, усталость и вред здоровью от постоянного нахождения в Интернете	30,1%
Потеря времени, мешает живому общению	29,7%

Вместе с тем, юный москвич проявляет осмотрительность: к техническим новшествам надо относиться осторожно и уметь их правильно использовать. Его раздражает ложная, ненужная или нега-

С.Б. Цымбаленко, П. Макеев. **Цифровое поколение – медийный портрет подростка**

тивная информация, возможность зависимости от Интернета, а также риск заражения компьютера вирусами и вредоносными программами. Он (она) осознают, что с Интернетом связана потеря времени, он мешает живому общению.

Типы юных медиапользователей в зависимости от каналов коммуникации и информации

Среди подростков есть различие по количеству выборов каналов информации и коммуникации.

При проведении свободного времени 6,5% подростков ограничиваются одним-двумя видами занятий. В их число, как правило, входит общение с друзьями. Три-пять видов занятий выбирает 39,1%, а пять-шесть — 32,6%. Десять и более выборов делает 21,8%.

При выборе каналов получения значимой информации картина меняется. Один-два канала из одиннадцати выбирает уже каждый пятый — 21,7% подростков. Как правило, если выбирается один канал, то это Интернет, хотя встречаются телевизор, книга. Больше всего — 42,4% выбирают три-пять источников. Это настораживает, потому что лишь немного отдаляет от монокультурности. Шесть-девять выборов делает 31,5% школьников. Больше — лишь 4,4%.

Этот показатель важен для определения моно- или мультикультурности подростков. Различия обнаруживаются и при определении тех каналов, которые входят в личностный набор, как они влияют на медиапользователя, его мировоззрение, отношения с окружающими и виртуальным миром. Для этого требуются более тонкие психологические методики.

Обнаружена зависимость между цифровой активностью и возрастанием роли книги. Чтение литературы, не учебников, решительно вышло на второе место при проведении досуга (56,9%) и четвертое место (51,2%) при поиске значимой информации. При опросе в 2012 году книги были на седьмом месте (32,1%) в досуговом ряду и на шестом месте (32%) как канал получения важной информации.

Тем самым, рушатся предсказания об умирании книги в связи с распространением Интернета.

Типы юных медиапользователей в зависимости от интернет-деятельности

Время пребывания в Интернете — один из показателей активности медиапользователя и интенсивности использования им Интернета.

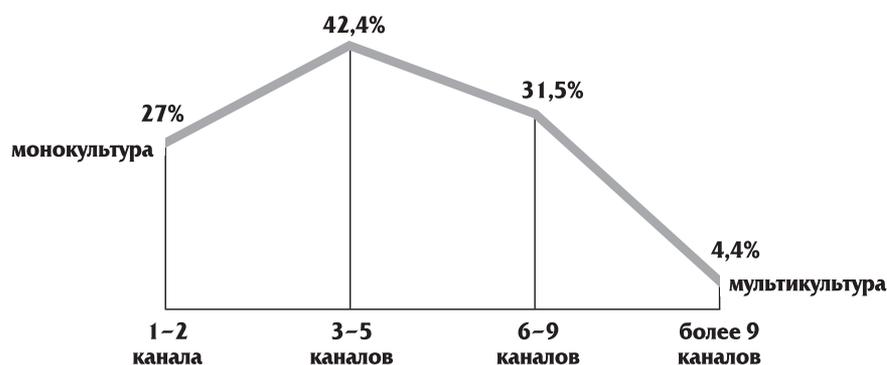


Схема 1. Монокультурность-мультикультурность подростков

Таблица 9

Как часто ты пользуешься Интернетом?

Каждый день	88,8%
Один-два раза в неделю	7,4%
Несколько раз в месяц	2,7%
Не пользуюсь Интернетом	1,2%

По данным Всероссийского исследования 2013 года «Цифровая компетентность подростков и родителей» под руководством Г.У. Солдатовой, каждый восьмой подросток в будни проводит в Интернете 5 часов и больше. В выходные присутствие детей в Интернете резко возрастает: такое же время в Сети проводит уже каждый четвертый. Если 2/3 подростков пользуются Интернетом от 1 до 5 часов в день в будни и выходные, то почти 80% взрослых проводят в Сети меньше 3-х часов в день.

В опроснике содержался вопрос, который предоставлял самим респондентам определить свою роль: «Кем ты себя видишь в цифровом мире?» Он давал возможность представить не только реальную, но и желаемую роль, заниженную или завышенную самооценку. Объективность отнесения можно было проверить, анализируя вопрос: «Твоя деятельность в Интернете?» У большинства респондентов выбранная роль совпадает с характером деятельности в Интернете, хотя встречались и расхождения. Например, четвертая часть тех, кто относил себя к пользователям, создавали и размещали свой контент, что является творческой деятельностью. Критикой, спорами, издевательствами в комментариях занимаются не только бунтари и террористы, но и представители других групп, даже те, кто считают себя гражданами цифрового мира.

Почти половина (42,3%) относят себя к категории **пользователей**, то есть просто используют Интернет в потребительских целях. Четверть из них — юноши, остальные — девушки. Примерно поровну из них — жители центра и окраины, то есть этот признак, как и возраст, не обнаруживает существенных различий. 40% делает много выборов в видах досуга. Половина из этого числа делает много

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИММУНИТЕТ

выборов и среди источников важной для себя информации.

На втором месте те, кто относит себя к **путешественникам и открывателям** (16,6%), кого привлекает интересный мир сетей и ресурсов. Среди них опять же в три раза больше девочек, чем мальчиков. Половина из них делает 2–4 выбора в видах досуга, половина — 7–9 выборов. У большинства ограниченный выбор и источников важной информации.

На третьем месте те, кто считает себя **гражданами цифрового мира** (13,6%). Здесь в три раза больше юношей. 50% выбирают до 5 видов досуга, другая половина делает 7–9 выборов. В выборе источников важной информации отношение 5:3. Показательно, что половина терпимо относится к возможности запрета Интернета родителями, отвечают, что есть альтернатива.

К **творцам** относят себя 10,1% респондентов. Девочек в два раза больше, чем мальчиков. Досуг — 5–7 выборов, в выборе источников важной информации — разброс. Много выборов как привлекательного в Интернете, так и отмечается вред. Деятельность в Интернете разнообразная, включая программирование.

К **террористам и бунтарям** относят себя 12% респондентов. Здесь преобладают юноши. Все они отметили как виды деятельности в Интернете: критику, споры, издевательства в комментариях. Есть те, кто делает два выбора в видах досуга: Интернет и друзья, но есть и с многообразием видов досуга. Отмечают много негативного в Интернете. Мало читают, смотрят.

Есть ребята, которые дополнительно причислили себя к **пропагандистам** в Интернете. Это юноша и девушка 15 лет. Девушка пояснила, что учится в художественном лицее и несёт искус-

С.Б. Цымбаленко, П. Макеев. **Цифровое поколение – медийный портрет подростка**

ство в мир. В досуге предпочитает чтение книг, посещение театров, общение с родителями и друзьями. Важную для себя информацию получает из книг. Юноша среди видов досуга и источника важной информации отметил чтение книг (увлекается философией) и взрослых газет, журналов, посещение кружков, общение с друзьями. Он не видит недостатков в Интернете.

Типы активных участников медийной деятельности и юных медиалидеров

Цивилизационный подход отводит человеку, независимо от возраста, центральное место в информационно-коммуникативных взаимодействиях социума. Средства информации и коммуникации получают человеческое измерение как продолжение, усиление личного и группового пространства. И масштаб человека принимает иной характер. Человек становится равновеликим историческому процессу, который ранее измерялся цивилизациями, династиями и т.д. Основной формой существования личности становится её непрерывное обновление. Психика и психологические орудия выступают как конструктивный фактор эволюции. Как отмечает психолог А.Г. Асмолов, для личностного уровня регуляции поведения характерно то, что эта регуляция выступает не просто как активное приспособление к будущему, а представляет собой особый культурный «инструмент» овладения будущим при помощи творческих действий, в том числе и воображения. В творческих действиях осуществляется будущее через создание той действительности, ради которой живёт человек³.

Все эти характеристики в полной мере можно отнести к активным участникам медийной деятельности уже в юном возрасте. Исследования показали, что межличностная коммуникация намного значительней и каналы информации качественнее у тех, кто занят ком-

³ Асмолов А.Г. Психология личности: принципы общепсихологического анализа. — М.: Смысл, 2001. — 392 с.

муникативной и творческой деятельностью. Данные показывают, что основными мотивами занятия коммуникативной деятельностью являются: 1) увлечение интересным занятием, возможность реализовать себя в ней; 2) возможность общаться с друзьями и интересными взрослыми; 3) ориентированность на будущую профессию, причём уже в юном возрасте деятельность у 16,5% ориентирована на изменение социальной среды — возможность сделать что-то полезное для других, изменять окружающий мир.

Попробуем сформулировать основные качества, составляющие специфику участников коммуникативной деятельности и позволяющие добиться успехов в юном возрасте. Это, прежде всего, любопытство к событиям действительности и потребность в активной коммуникации поведать остальным о своих жизненных впечатлениях, тем самым реализуя и обогащая себя. Открытость как полноценная коммуникация, включающая стадии видения и освоения нового, оценки, создания адекватного информационного продукта и его распространения для максимально возможной аудитории, служит психологическим орудием роста личности.

Важнейшие показатели успешности и эффективности деятельности медиалидера — творческое проектирование, ответственность и гражданственность.

Самоосуществляющийся в коммуникативной деятельности человек, создавая значимое для других, создаёт значимое для себя, изменяет и творит личность.

Когда идеальные образы и проекты рождаются в информационном и других видах творчества юных авторов, возникает двойной психологический эффект. Их создатели проектируют не только своё будущее, но и группы, поколения.

Коммуникативная и иные формы творчества выступают стержневой деятельностью и основным способом самоактуализации

в детском, подростковом и юношеском возрасте, когда малодоступны иные формы практического преобразования действительности.

Третья составляющая эффективности и успешности информационно-коммуникативной деятельности — способность брать на себя частичную ответственность за происходящее вокруг.

Нужно быть готовыми к ежедневному и кропотливому труду выявления собственных возможностей. Ответственность становится наиболее значимой для характеристики способности личности не просто к творчеству, а к жизне-творчеству.

Примером может быть история тринадцатилетнего Данила Пискунова из Нижнего Тагила — гостя московского фестиваля юных журналистов «Медиалидер-2014». Его жизнь проходила привычным образом: выступления на концертах, в телешоу с необычным номером: приготовлением безалкогольных коктейлей и жонглированием бутылками. Вдруг он увидел объявление, что девочке со смертельным диагнозом нужны средства, чтобы попытаться её спасти с помощью операции. Денис стал зарабатывать деньги с помощью выступлений, акций. Он стал другим человеком, когда взял на себя ответственность за судьбу девочки.

Высший уровень активной медиадеятельности и ответственности — медиалидер.

Медиалидеры как проводники в мир информации

Э. Кац и П. Лазарсфельд выдвинули модель двухступенчатого потока информации. Согласно этой модели, массовая коммуникация не служит основным источником информации для большинства людей. Ключевыми её потребителями выступают лидеры мнений, которые затем распространяют информацию по каналам межличностной коммуникации (онлайн-социальная сеть) индивидам с менее развитыми информационными потребностями. Такая опосредованность информационного потока ещё более характерна для коммуникаций в юном возрасте. Формирование индивидуально-пси-

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИММУНИТЕТ

хологического уровня личности связано, как полагает Д.И. Фельдштейн, с превращением идеальной формы аффективно-смысловых образований и связанных с ними высших психологических функций в формы реальные, присвоенные людьми — носителями культуры. Для этого необходимы посредники — медиаторы. В их роли могут выступать: человек (взрослый), знак, слово и смысл. Д.Г. Мид следующим образом характеризует эту категорию людей: «Порой появляется человек, способный вобрать из развертывающегося акта больше, чем другие, способный войти в связь с целями группами в сообществе, установки которых не вошли в жизни других его членов. Он становится лидером... Фигуры такого рода чрезвычайно важны, ибо делают возможной коммуникацию между группами, в ином случае полностью обособленными друг от друга»⁴.

Как показали формирующие эксперименты, проведённые в 2012–2014 гг., медиалидеры способны не просто обеспечить саморазвитие, самосознание и самореализацию детей и подростков, но и значительно ускорять эти процессы, подобно влиянию родителей в раннем возрасте. Даже недельное общение подростков с деятелями культуры и искусства в ходе проведения Всероссийского форума детского и юношеского экранного творчества «Бумеранг» в ВДЦ «Орлёнок», как показали наблюдения и мониторинг юных участников, приводит к расширению их мировоззренческого горизонта, существенно творческому и психологическому взрослению. Зафиксировано, что в ходе краткого интенсивного общения, совместной деятельности это происходит подобно внутреннему «взрыву», в результате которого подростки испытывают катарсис от нового взгляда на мир.

⁴ Фельдштейн Д.И. Социальное развитие в пространстве-времени Детства. — М: Моск. психолого-социал. ин-т: Флинта, 1997.

С.Б. Цымбаленко, П. Макеев. **Цифровое поколение – медийный портрет подростка**

Исследования и эксперименты позволили выявить, что в среде сверстников также есть медиалидеры, которые определяют групповое мнение. Именно они в среде сверстников служат проводниками в пространство информации, индуцируют информационные обмены в межличностной коммуникации. Конечно, диапазон влияния медиалидеров различен, зависит от их психологических особенностей и возможностей.

Наиболее успешны и эффективны медиалидеры, достигшие высоких результатов в творческой и созидательной деятельности. Таковыми были участники форума «Бумеранг» и медиаакадемии: победители телевизионного конкурса юных музыкантов «Щелкунчик», ученики театральной школы О.П. Табакова, юная певица Анастасия Титова.

Эффективность влияния медиапроводников особо усиливается, когда среди них есть и сверстники, и взрослые. В 2014 году во Всероссийском детском центре «Орлёнок» проведён следующий формирующий эксперимент. С четырьмя юными музыкантами 12–15 лет провели предварительно разъяснительную работу по поводу их миссии проводников классической музыки среди сверстников, которую последние не слышат и не слушают. Выступления проходили в двух вариантах: а) самостоятельно; б) совместно с музыковедом С.В. Виноградовой. Наблюдение и анализ откликов показали, что последний вариант оказался наиболее эффективным. Изучение откликов в интернет-сообществе участников смены «Бумеранг» показало, что после музыкальной программы в «Орлёнке» ребята стали скачивать классическую музыку из Интернета, в том числе на мобильные телефоны — она попала в объект их интересов.

Отношения «ребёнок – взрослый» в информационно-коммуникативных взаимодействиях

Не только взрослые оказывают влияние на детей, но имеет место и обратное воздействие. Наблюдение на московском фестивале юных журналистов выявило следующее. Среди руководителей детских медийных объединений (30 человек) первоначально лишь 9% обладали навыками цифровой журналистики. Первоначальной реакцией на задания по использованию интернет-сервисов был шок: «Я никогда в этом не разберусь». Помогли старшеклассники-инструкторы медийных объединений, которые сели рядом с руководителями и стали совместно выполнять задания. Шок прошёл, все руководители в той или иной степени за три дня освоили программу, хотя и в разной степени. Подобное сотрудничество детей и взрослых может стать характерной чертой XXI века.

Подростки, в свою очередь, испытывают потребность в коммуникации с авторитетными взрослыми, прежде всего родителями и учителями.

Важнейшая составляющая формирования информационной культуры подрастающего поколения — создание условий для проявления социальной активности медиалидеров, включения их в процесс преобразования информационно-образовательного пространства. Актуальны: построение вариативных каналов межпоколенческого диалога, поддержка разновозрастных содружеств; создание условий для развития и взаимодействия коммуникативных сообществ; создание самоорганизующегося цифрового гражданства. **НО**