

«ЦИФРОВАЯ» МОЛОДЁЖЬ РОССИИ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ

Хворова В.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

valeriya_hvorova@mail.ru

Исследование подготовлено при поддержке гранта РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31261 ОПН.

«Цифровая» молодёжь – это два поколения, на чье нравственное становление оказывает решающее влияние быстрое развитие информационных технологий. Американские исследователи Вильям Штраус и Нейл Хоув в своей совместной книге «Поколения» выделили периоды развития, согласно которым молодёжь делится на две группы: поколение Y – люди, рождённые в 1983 – 2000 годах; поколение Z – с 2001 года до настоящего времени [6. С.53].

Молодёжь является самым активным участником современного медиaprостранства. Процессы взаимодействия с информацией сегодня носят непрерывный и всепроникающий характер и оказывают сильное влияние на интеллектуальное, эмоциональное и нравственное становление молодой личности. Поэтому изучение медиапотребления молодёжи является одним из актуальных вопросов науки.

Медиапотребление молодёжной аудитории принципиально отличается от предшествующих поколений, так как этот процесс происходит в новых условиях развития информационных технологий. И, хотя проблема взаимоотношений молодёжи с информацией, в данный момент находится на стадии активного изучения, уже можно говорить о сформированности наиболее общих характеристик молодёжного медиапотребления.

Современные молодые люди являются обладателями нового типа мышления, которое сформировалось под влиянием цифровизации пространства: multitasking – в широком смысле под этим термином подразумевается одновременное выполнение нескольких задач либо быстрое переключение между ними. В узком смысле слова этот процесс подразумевает совмещение нескольких технологий, например, просмотр фильмов одновременно с работой или игрой за компьютером [1. С.35]. Базируясь на этой способности, медиапотребление молодёжи является **мультиформатным**. В 2020 году мы проводили исследование, которое было посвящено медиапотреблению поколений Y и Z. В исследовании приняли 200 человек в возрасте от 15 до 35 лет. Результаты исследования показали, что 67% респондентов, как правило, используют одновременно два устройства: смартфон и компьютер. Причём некоторые из школьников признались, что подготовка уроков сопровождается одновременным прослушиванием музыки и просмотром видео. Значит, успешным у молодёжи могут быть те медиа, которые предоставят аудитории возможность выбора удобного формата.

«Цифровое» поколение с рождения обладает высоким уровнем технологической грамотности. Поэтому у молодёжи очень популярны различные компьютерные игры. Так, наше исследование показало, что 33% опрошенных проводят время в интернете, участвуя в онлайн-играх. Популярность компьютерных игр нашло отражение в молодёжной медиасреде. Одной из тенденций является **игрореализация** медиапотребления молодёжи. Игры переместились в медиaprостранство, так как на смену традиционному вещанию пришло вовлечение аудитории в процесс медиапотребления. Журналисты ищут новые способы удержания внимания читателя и повышения его вовлеченности в контент, все чаще подавая новости и информацию брендов в развлекательном ключе. Медиа вынуждены перенимать и адаптировать игровую форму, встраивать ее в процесс передачи информации. Общение с молодыми онлайн-пользователями на понятном и близком им

языке позволяет не только привлечь новую перспективную аудиторию, но бороться с традиционной для цифрового поколения проблемой рассеянного внимания [3]. Новостные игры – явление, характерное именно для молодёжных медиа. Так, издание «Медуза», 70% аудитории которой составляют люди в возрасте до 35 лет, является лидером по производству игрофицированного русскоязычного контента. Игра «Погадай на Бродском» ко дню рождения поэта, также, как и игра о стоимости украшений российских чиновников «Ценный кадр», собрали по 500 тысяч просмотров [3]. Это же издание регулярно проводит игровые тесты самой широкой тематики со своими читателями: «Что безопасней: лизнуть дверную ручку или асфальт?» (тест про бактерии) [5], «Хорошо ли вы знаете историю КПСС?» (тест к годовщине Октябрьской революции) [4].

Медиапотребление современной молодёжи стало **социально ориентированным**. Это означает, что СМИ приобретают черты особого социального пространства и принципиально другой среды коммуникации, при этом современные медиа получают несколько иной, чем прежде, потенциал социализации аудитории, особенно молодежной [2. С.11]. Социальная ориентация молодёжного медиапотребления выражается в таких тенденциях, как возросшая роль социальных сетей и блогосферы. Социальные сети давно стали для молодёжи основной формой существования в обществе. Кроме того, молодёжь рассматривает социальные сети как основные источники информации. Блогеры являются для многих представителей молодёжной аудитории символами успеха и образцами для подражания. Поэтому те модели поведения и ценности, которые транслируют блогеры, оказывают существенное влияние на духовно-нравственное формирование молодёжи. Популярность социальных сетей и блогосферы нашла подтверждение и в нашем исследовании. Только 2,5% процента респондентов не имеют аккаунтов ни в одной из социальных сетей. За блогами регулярно следят 65% молодых людей в возрасте от 15 до 35 лет.

Медиапотребление «цифрового» поколения обладает качественно новыми характеристиками. Для молодёжного медиaprостранства сегодня невозможно найти одну форму существования, что связано с особенностью мышления нового поколения: молодёжь мыслит многозадачно, поэтому требует от медиа различных форматов. Пассивное восприятие информации сегодня сменилось активной вовлечённостью потребителей в медиaprостранство, которое эффективнее всего осуществляется с помощью игровых медиаинструментов. Медиапотребление молодёжи носит непрерывный характер, проникая во все сферы жизни молодых людей, поэтому медиасреда обладает выраженным социальным потенциалом.

Список литературы

1. Богачёва Н.В., Сивак Е.В. Мифы о «поколении Z» / Н. В. Богачева, Е. В. Сивак. М.: НИУ ВШЭ, 2019. 64 с.
2. Вартанова Е.Л. К вопросу о теоретическом осмыслении процесса медиасоциализации молодежи // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума / отв. ред. В. В. Васильева. В 3-х т. Т. 2. СПб.: СПбГУ, 2020. С. 10–12.
3. Салихова Е.А. Специфика потребления российской молодежью геймифицированного контента // Медиаскоп. 2020. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2615> (дата обращения: 06.11.2021).
4. Хорошо ли вы знаете историю КПСС? // Meduza. 2021. 7 ноября. URL: <https://vk.com/meduzaproject> (дата обращения: 07.11.2021).
5. Что безопасней: лизнуть дверную ручку или асфальт? // Meduza. 2021. 7 ноября. URL: <https://vk.com/meduzaproject> (дата обращения: 07.11.2021).
6. Strauss W., Howe N. The Fourth Turning: An American Prophecy – What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny / W. Strauss, N. Howe. N. Y.: Broadway Books, 1997.

