ПОДРОСТКИ КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Лебедева С.В.

преподаватель, аспирант кафедры периодической печати Департамента «Факультет журналистики», Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина (Россия),
620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19, lebedev_a62@mail.ru

УДК 316.346.32-053.6
ББК 60.542.15

Цель данного исследования - рассмотреть приоритеты подростков в выборе тем информационных сообщений, которые они читают или сами пишут. Автор анализирует ответы учащихся средних и старших классов на вопросы об их интересах, выявляет особенности их отношения к медиа. В ходе подготовки статьи были использованы методы опроса и сравнительного анализа. Результатом исследования стал перечень тем, наиболее интересных для подростков. Школьники пытаются применить в жизни знания, полученные из газет. Эти результаты необходимо учитывать в ходе разработки образовательных программ, в частности, для абитуриентов гуманитарных факультетов вузов.

Ключевые слова: подростки, школьные издания, аудитория, информационные потребности, тематические предпочтения, медиаповедение.

Lebedeva S.V.

TEENAGERS AS A SUBJECT AND OBJECT OF INFORMATIONAL PROCESS

The aim of the given research is to consider priorities of teenagers in choosing topics of informational messages which they read or write independently. The author analyses the answers of the pupils from middle and senior forms to the questions about their interests, identifies peculiarities of their attitude to mass-media. In the article the author used polling methods and methods of comparative analysis. As a result of the research the author introduces a list of topics of the most interest for teenagers. Schoolchildren make an effort to apply their knowledge received from newspapers in reality. These results must be taken into account in the development of curricula, in particular, for applicants of humanitarian departments of universities.

Key words: teenagers, school periodicals, auditorium, information needs, topic-related preferences, media-behavior.

Информационные потребности подрастающего поколения в наши дни являются объектом изучения социологов, филологов, философов. «Формирование информационной Галактики и глобальных информационных полей резко изменяет духовную ситуацию современного мира», – пишет в своей книге «Информационная культура и цельное знание» философ Л. В. Скворцов. [1, с. 27]Исследователь молодежной аудитории С.Б.Цымбаленко считает, что «современные подростки являются барометром общемирового процесса, связанного с информацией, индикатором как позитивных, так и негативных тенденций. Они намного интенсивнее и полнее осваиваются в коммуникационном пространстве». [2, с. 48]

Подтверждение данного тезиса можно считать бурный рост количества школьных изданий, который наблюдался в первом десятилетии XXI века. В частности, по данным паспортизации (составления документов с основными сведениями) печатных школьных СМИ Екатеринбурга, проведенной автором при поддержке городского Управления образования в 2012 году, из 173 средних общеобразовательных учреждений, свою газету или журнал имели 92 школы. В советские времена, до начала перестроечных процессов, в школах существовала лишь стенная печать. Первые представители самодеятельной школьной прессы начали появляться в конце 80-х — начале 90-х годов прошлого века. Резкому увеличению их числа с наступлением «нулевых» годов способствовало, прежде всего, развитие современных информационных технологий.

Сегодня ученые ввели новый термин – «медиаповедение». «Медиаповедение — это опосредованная система психических, физических и социальных действий индивида или сообщества, сложившаяся в ре-

© Лебедева С.В., 2014

зультате их взаимодействия с медиасредой, направленная на самореализацию личности и удовлетворение ее информационных и коммуникативных потребностей», – пишет И. В. Жилавская. [3, с.17] Она считает, что «наиболее рефлексивной, созидательной, креативной формой медийного поведения является медиатворчество. Это особый вид творчества, в результате которого рождаются инновационные медийные материальные и духовные ценности». Школьные издания яркий пример медиатворчества представителей подрастающего поколения.

Феномен — если рассматривать значение этого слова как «необычный, исключительный факт, явление» [4, с. 1270] – школьных газет и журналов состоит в том, что авторы публикаций являются частью аудитории своих изданий. Большинство из них не являются постоянно пишущими корреспондентами, подобно штатным корреспондентам во «взрослых» газетах; они приходят на заседания редакции (школьного пресс-центра) периодически, могут прислать заметку (эссе, обзор) именно о том, что их взволновало, о чем хочется узнать им и их одноклассникам. Поэтому представляется обоснованным рассмотреть информационные, и, в частности, тематические предпочтения подростковой аудитории через призму интересов и взглядов ребят, сотрудничающих со школьными газетами и журналами.

Автором данного исследования было проведено выборочное анкетирование юных корреспондентов, участвовавших в конкурсе школьных изданий г. Екатеринбурга «Механика мысли» (февраль 2012 г.), в III слете юных корреспондентов г. Нижнего Тагила (февраль 2012 г.), в финале Всероссийского конкурса школьных изданий в Москве (апрель 2012 г.), в фестивале детских и молодежных СМИ «Волжские встречи» в Чебоксарах (май 2012 г.), в фестивале школьных средств массовой информации ХМАО «СМИшка-2012» (ноябрь 2012 г.). В ходе анкетирования были заданы вопросы: «Над какими темами тебе интересно работать как автору?» и «Какие темы, на твой взгляд, привлекают читателей школьных изданий?». Анкета была «закрытой», на оба вопроса были даны по 11 вариантов ответов (набор ответов одинаковый, отмечать можно было желаемое количество вариантов): *о школе и школьных делах, об учащихся школы, их увлечениях, познавательные, расширяющие знания по предметам, о подростковых проблемах, о подростковых интересах, о взаимоотношениях со взрослыми, родителями, «острые темы» – профилактика различных зависимостей, спорт, животные, экология, развлекательные материалы.*

В анкетировании приняли участие 120 юных корреспондентов. Их предпочтения разделились следующим образом (*Рисунок 1*, указано количество отметок против данного варианта).

Юным авторам больше всего нравится работать над темами о подростковых интересах и над развлекательными материалами, чуть меньше привлекают попытки разобраться в подростковых проблемах. Темы, касающиеся школы, занимают 4 и 5 места в рейтинге,



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Над какими темами тебе интересно работать как автору?»

дальше идут профилактика зависимостей, спорт, взаимоотношения с родителями, экология, познавательные темы.

Ответы на вопрос о том, какие темы, на взгляд респондентов, привлекают внимание читательской аудитории в школе, идентичны: примерно такое же соотношение цифр (*Рисунок 2*). Отметим, что варианты «развлекательные» темы, «о подростковых интересах» и «о подростковых проблемах» в опросе, касающемся читательской аудитории, набрали еще больше отметок, а меньше всего набрал вариант «животные, экология».

Основная часть школьников, принимавших участие в анкетировании, – учащиеся старших классов, параллели 9-11-х. Однако 16 респондентов в вопросе о возрасте написали, что они — ученики 6-8-х классов. Эти анкеты не вошли в общее число, они были выделены в особую группу и проанализированы отдельно. Цель такого выделения — выяснить, насколько отличаются интересы ребят так называемого «среднего школьного возраста» от старшеклассников. Оказалось, что в их тематических предпочтениях есть небольшие, но, все же, значимые расхождения (*Рисунок 3*).

В частности, среди тем, над которыми им интересно работать в качестве авторов, на первое место ученики 6-8 классов поставили «развлекательные», на втором оказались «о школе и школьных делах» и «об учащихся школы, их увлечениях», на третьем «о подростковых интересах». А вот востребованная старшеклассниками тема «о подростковых проблемах» заняла в данном случае предпоследнее место, пропустив вперед мало интересующие учащихся 9-11-х классов темы «животные и экология» и «спорт».

Полученные результаты наглядно продемонстрировали существующую разницу в интересах учащихся средних и старших классов: средние с большим любопытством относятся к миру вокруг, их еще мало задевают проблемы подросткового возраста, в то время как старшие уже больше пытаются разобраться в себе и в отношениях с окружающими.

Тематические предпочтения подростков путем контент-анализа самодеятельных детско-юношеских изданий пытался выяснить и А.В.Шариков, на которого ссылается упомянутый выше исследователь С.Б.Цымбаленко. [2, с. 38]. Рассмотрев 60 газет из 15 городов России за каждый год, начиная с 1991-го и кончая 2005-м, он пришел к выводу, что чаще всего на протяжении 15 лет повторялись темы, «затрагивающие отношения между детьми и взрослыми в ближайшем социальном окружении», а так же отношения и конфликты между самими ребятами.

Сравнивая данные, полученные А.В. Шариковым, и результаты проведенного нами анкетирования, можно сделать несколько вывод: активная пропаганда развлекательного компонента всех видов СМИ сказалась на тематических предпочтениях современных подростков, в последние годы явно прослеживается сдвиг их приоритетов в сторону сферы развлечений. В то же время, интерес к «ближайшему социальному окружению» по-прежнему высок, причем на первый план выходят проблемы межличностных отношений



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Какие темы, на твой взгляд, привлекают читателей школьных изданий?»



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Над какими темами тебе интересно работать как автору?» (6-8 класс)

самих подростков, а не их отношений со взрослыми.

«Подростки проявляют наибольший интерес к вопросам из их актуального настоящего, реальной жизнедеятельности, которые пытаются переварить и перенести в область личного опыта, личных знаний», – считает С.Б.Цымбаленко [2, с. 41]. Именно эту потребность — перенести полученную в ходе сотрудничества со школьным изданием или прочтения опубликованных там материалов, в частности, о подростковым проблемах и интересах, в область личного опыта — можно считать важнейшим компонентом медиаповедения сегодняшних старших школьников. Возможности ее реализовать в ближайшее время расширятся: в разрабатываемый сейчас новый Федеральный государственный образовательный стандарт планируется ввести новую норму, согласно которой в каждом общеобразовательном учреждении должно быть свое издание, в печатном или электронном виде.

Литература:

1. Скворцов Л. В. Информационная культура и цельное знание. М.: Издательство МБА, 2011. 440 с.
2. Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. М.: НИИ школьных технологий, 2010. 256 с.
3. Жилавская И. В. Медиаповедение личности. Материалы к курсу. Учебное пособие. М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2012. 91 с.
4. Большой энциклопедический словарь. 2-у издание, переработ. и дополн. М.: Научное издательство «Большая Российская энциклопедия», СПб.: «Норинт», 2011. 1456 с.

References:

1. Skvortsov L.V. Information culture and entire knowledge. M.: Published by MBA, 2011. 440 p.
2. Tsimbalenko S.B. A teenager in the information world: experience of social designing. M.: Research institute of school technologies, 2010. 256 p.
3. Zhilavskaya I.V. Mediabehavior of a person. Materials for the course. Study book. M.: RITs MGGU after M.A. Sholokhov, 2012. 91 p.
4. Comprehensive encyclopedic dictionary. 2nd edition, revised and corrected. M.: Published by “Gross Russian encyclopedia”, StPetersburg: “Norint”, 2011. 1456 p.