

Примитивизация сознания на примере информационных предпочтений поколения Z

Научный руководитель – Воскресенская Марина Аркадьевна

Введенская Ольга Вячеславовна

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: vvedenskaya.olga@rambler.ru

Представители поколения Z (современные дети и подростки) мало общались с родителями в первые годы жизни, отсюда проблемы в эмоциональном развитии, низкий эмоциональный интеллект, нервные расстройства, уход в себя. Исследователи противопоставляют поколение Z поколению «Молчаливых». Только если «Молчаливые» достаточно замкнуты из-за страха перед Сталинским режимом, то представители поколения Z, по мнению исследователей, страдают из-за чрезмерного увлечения Интернетом, компьютерными играми, гаджетами и т.п. В газете «Ведомости» подчеркивается, что жизнь представителей данного поколения наполнена рекламой, они самоуверенны и амбициозны [1]. Они не признают формальных ограничений, им не чуждо искусство. Однако их предпочтения насчет кино или музыки склонны постоянно меняться.

Для создания медийного портрета современных подростков исследователи применяют цивилизационный подход. В социальном (информационном) смысле все производительные силы являются продуктом цивилизации. Между прошлым и настоящим поколениями существует информационная связь [2]. Вертикальная связь поколений дополняется горизонтальным взаимодействием, в котором подросткам отводится весьма значительная роль. Виртуальные ценности у них вытесняют реальные. Так, по данным опроса, проведенного в 2013 году, проведенного лабораторией мониторинговых исследований МГППУ, значительная часть опрошенных школьников (42 процента) регулярно используют одну социальную сеть для общения, 30 процента - общаются в двух социальных сетях. При этом 61 процент зарегистрирован в трех социальных сетях. Представители данного поколения по своему оценивают мир [5]. Они используют односложные выражения, жаргонизмы, сленг, просторечия. Эксперты отмечают, что в их концептосфере (языковое видение окружающего мира) содержатся следующие прилагательные: «хороший», «семейный», «сильный», «адекватный», «взрослый» и т.п. Разговор о друг друге у них происходит в уничижительно-пренебрежительной манере: «чувак», «дохляк», «худышка» и т.п.. Они избегают метафор: «человек-лицемер», «человек-обман», «человек-загадка», «человек-машина». Сфера бытового общения представлена следующей лексикой: «хавать», «базарить», «подсесть на уши», «по ушам буксовать», «перетирать» и т.п [4].

Современные подростки следуют советам, опубликованным в Интернете. В связи с чем даже появился термин «молодежь онлайн». Они практически не читают газет и не слушают радио. Основные источники влияния для них - Интернет и телевидение. Огромное влияние на них оказывают звезды «Интернета». Согласно исследованиям google и ipsos подростки активно подписываются на блоги музыкантов, геймеров, звезд киберспорта. Видеоблогерам, в отличие о живых людей, легче наладить язык с подростковой аудиторией [3]. Наряду с этим большинство представителей данного поколения относится к «молчаливой» группе. Они не высказывают свое мнение о том или ином событии, в основном предпочитают ограничиваться комментариями на своей странице в социальной сети.

Так, поколение Z еще достаточно мало изучено, но их информационные предпочтения уже дают о себе знать.

Источники и литература

- 1) 1. Ведомости. «Какими они выросли, молодые люди поколения Z» <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2014/04/16/kakimi-oni-vyrosli-molodye-lyudi-pokoleniya-z> (дата обращения: 25.02.2018).
- 2) 2. Грязнова Ю., Как и про что разговаривать с новым поколением. Стратком, 2016.
- 3) 3. Редакция ЦЖР «Медиаликс 64» // Ученые исследовали влияние Интернета на политизированность граждан.
- 4) 4. Романова Т.В. Языковое сознание молодого россиянина. <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovoe-soznanie-molodogo-rossiyanina> (дата обращения: 25.02.2018).
- 5) 5. Цымбаленко С.Б., Макеев П.С. Медийный портрет подростка. М., 2015.