

УДК 004:070
DOI: 10.36979/1694-500X-2022-22-10-173-178

**ПРОБЛЕМЫ ВЛИЯНИЯ МЕДИАКОНТЕНТА В ИНТЕРНЕТЕ
НА ПОДРОСТКОВУЮ АУДИТОРИЮ
(НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННОГО БЛОГЕРСТВА)**

Ж.О. Султанова

Аннотация. Рассматриваются особенности воздействия современного блогерского медиаконтента в Интернете на подростковую аудиторию. Проблематика работы состоит в отсутствии возможностей регулирования медиаконтента в Интернете, предназначенного для детей и подростков. Этот вопрос особенно актуален и нов в реалиях медиапространства Кыргызстана. Целью исследования является выявление как негативных, так и позитивных нюансов влияния блогерских материалов на тинейджеров, их восприятие и воспитание, и, как следствие, поиск возможностей корректировки отрицательных результатов подобного влияния. Методология данного исследования, включающая в себя такие методы, как анализ, обобщение, сравнение и систематизацию, позволяет очертить те или иные особенности содержания блогерского медиаконтента для подростков. Указаны возможные критерии выбора тинейджерами образов популярных блогеров-кумиров подрастающего поколения, оказавшихся на волне мейнстрима. Они задают и, соответственно, формируют интересы и программу поведения своих юных фанатов. Однако не стоит сводить влияние подобного контента на молодое поколение лишь к негативу, деятельность блогеров, чьи материалы несут в себе не только развлекательные, но и образовательно-познавательные функции, также заслуживают отдельного внимания.

Ключевые слова: медиаконтент; Интернет; влияние; подростки; блогеры; соцсети; Instagram; You-Tube; TikTok.

**ИНТЕРНЕТТЕГИ МЕДИАКОНТЕНТТИН ӨСПҮРҮМДӨР АУДИТОРИЯСЫНА
ТИЙГИЗГЕН ТААСИРИ
(ЗАМАНБАП БЛОГЕРЛИКТИН МИСАЛЫНДА)**

Ж.О. Султанова

Аннотация. Заманбап блогерлик медиаконтенттин Интернеттеги өспүрүмдөрдүн аудиториясына тийгизген таасиринин өзгөчөлүктөрү каралат. Балдар жана өспүрүмдөр үчүн арналган Интернеттеги медиаконтентти жөнгө салуу мүмкүнчүлүгүнүн жоктугу көйгөй жаратат. Бул маселе Кыргызстандын медиамейкиндигинин реалдуулуктарында өзгөчө актуалдуу жана жаңы. Изилдөөнүн максаты – блогерлик материалдардын өспүрүмдөргө тийгизген таасиринин, алардын кабылдоосуна жана тарбиясына терс жана оң нюанстарды аныктоо жана натыйжада мындай таасирдин терс натыйжаларын оңдоонун жолдорун табуу. Талдоо, жалпылоо, салыштыруу жана системалаштыруу сыяктуу ыкмаларды камтыган бул изилдөөнүн методологиясы өспүрүмдөр үчүн блогерлик медиаконтентинин айрым өзгөчөлүктөрүн көрсөтүүгө мүмкүндүк берет. Макалада учур агымынын толкунунда болуп калган жаш муундун популярдуу блогер-кумирлерин өспүрүмдөр жактан тандоонун мүмкүн болуучу критерийлери көрсөтүлгөн. Алар өздөрүнүн жаш күйөрмандарынын кызыкчылыктарын жана жүрүм-турум программасын белгилешет жана ошого жараша түзүшөт. Бирок мындай кырдаалдын өсүп келе жаткан муунга тийгизген таасири терс көрүнүш менен гана чектелбеши керек, материалдары көңүл ачууну гана эмес, тарбиялык жана маалыматтык функцияларды да аткарган блогерлердин ишмердүүлүгү да өзгөчө көңүл бурууга татыктуу.

Түйүндүү сөздөр: медиаконтент; Интернет; таасир; өспүрүмдөр; блогерлер; социалдык тармактар; Instagram; You-Tube; TikTok.

**PROBLEMS OF INFLUENCE OF MEDIA CONTENT ON THE INTERNET
FOR TEENAGE AUDIENCE
(ON THE EXAMPLE OF MODERN BLOGGING)**

Zh.O. Sultanova

Abstract. The article discusses the features of the impact of modern blogging media content on the Internet on the teenage audience. The problem of the work is the lack of opportunities to regulate media content on the Internet

intended for children and adolescents. This issue is especially relevant and new in the realities of the media space in Kyrgyzstan. The aim of the study is to identify both negative and positive nuances of the influence of blogging materials on teenagers, their perception and upbringing, and, as a result, to search for ways to correct the negative results of such influence. The methodology of this study, which includes such methods as analysis, generalization, comparison and systematization, allows us to outline certain features of the blogging media content for adolescents. The article indicates the possible criteria for choosing by teenagers the images of popular bloggers-idols of the younger generation who have found themselves on the wave of the mainstream. They set and, accordingly, shape the interests and program of behavior of their young fans. However, the influence of such content on the younger generation should not be reduced only to negative, the activities of bloggers, whose materials carry not only entertainment, but also educational function, also deserve special attention.

Keywords: media content; Internet; influence; teenagers; bloggers; social networks; Instagram; You-Tube; TikTok.

Введение. Стоит отметить, что медиа, предназначенные для детской аудитории, – это довольно сложно конструируемые и постоянно видоизменяющиеся продукты. В первую очередь это, безусловно, связано со спецификой формирования контента для детской аудитории. В этом контексте невозможно обойтись без применения особых методик, в том числе и психологических. В рамках своей деятельности детские газеты, журналы, радио- и телепрограммы, контент для детей в Интернете призваны выполнять наряду с развлекательными, также просветительские и обучающие функции. В рамках рассмотрения функционального подхода в настоящее время на первый план выходит Интернет, поскольку именно материалы, которые легко доступны для детской аудитории в Интернете, вызывают наибольшее количество вопросов с точки зрения их полезности, целесообразности, влияния на детскую психику.

В данной ситуации в наиболее уязвимом положении оказываются подростки, которых нельзя уже отнести однозначно к детям, но и взрослыми они не являются. Стоит определиться с тем, что «подростковый возраст – это период в жизни человека от детства к юности. В традиционной классификации он начинается в 11–12 лет и заканчивается в 14–15 лет. Границы возраста можно рассмотреть максимально широко, тогда подростковый возраст – это период от 11 до 17 лет» [1]. Пограничное состояние подросткового возраста, когда в организме тинейджера происходят важные и сложные, как физиологические, так и психологические изменения, является одним из переломных моментов в процессе формирования личности будущего взрослого человека. Из этого следует, что информация, которую потребляют именно подростки, может считаться

фундаментом их будущих морально-ценностных ориентиров: они уже многое понимают, но не способны до конца осознать особенности и опасности тех или иных ситуаций. Нюанс состоит в том, что подростковый возраст зачастую диктует отхождение от авторитета родителей, взрослых. В этот период своего становления тинейджеры руководствуются принципом «я сам знаю, умею, мне виднее».

Получается, что в огромном медийном пространстве современный подросток, будучи активным пользователем различных соцсетей, остаётся один на один с разного рода неотфильтрованной информацией, зачастую не только бесполезной, но и фейковой, способной стать триггером необдуманных поступков юного поколения.

Проблему можно обозначить в рамках отсутствия контроля за содержанием материалов для подростков, особенно если речь идёт об Интернете и о блогерстве. В этом заключаются актуальность и научная новизна исследуемого вопроса в рамках исследования интернет-медиа-контента для детей и подростков в Кыргызстане. В данном случае, если официальные СМИ (печатные издания, радиостанции и телеканалы) в силу своей юридической ответственности регулируют материалы, предназначенные для детей и подростков, то интернет-контент, нацеленный на данный сегмент аудитории, пока никак не регламентируется. **Цель исследования** заключается в выявлении инструментов возможного регулирования данного процесса. **В задачи статьи** входит изучение особенностей современного блогерского интернет-медиа-контента и его влияния на подростковую аудиторию. Отмечается, что «...Глобальная сеть Интернета способна потенциально влиять на формирование моральных

норм, отличных от принятых в социуме, она несёт как практически неограниченные возможности развития, так и огромную деструктивную роль. Из Сети можно почерпнуть как значимую для образования, позитивную, познавательную информацию, так и жёсткую информацию, разрушающую личность подростка (извращённые и ритуальные убийства, каннибализм и т. д.), порнографию, призывы к расовой и этнической вражде, насилию и т. д. Искусственный или «виртуальный» мир, создаваемый электронными играми и информационными сетями, включает в себя весь потенциал диапазона моральных эталонов как в реальной жизни, однако если в реальной жизни «добро» и «зло» существуют в некоей растворённой форме и не столь очевидны, то в виртуальном мире они чаще всего встречаются в «чистом» виде. Это обуславливает неадекватность использования навыков, интернируемых в личность подростка из мира виртуального, в мире реальном» [2].

Материалы и методы исследования. В ходе исследования был тщательно изучен и обобщён различный печатный и аудиовизуальный контент, представленный для подростковой аудитории в интернет-пространстве, аккаунты различных известных блогеров на таких платформах, как Instagram, You-Tube, TikTok. Стоит отметить, что акцент делался на материалах, которыми интересуется кыргызстанский сегмент тинейджеров. Методология данного исследования включает в себя общенаучный метод, в том числе анализ литературы по сути изучаемого вопроса, а также обобщение, сравнение и систематизацию теоретических и эмпирических данных по затрагиваемой проблеме.

Степень научной разработанности данной темы прослеживается в исследованиях таких авторов, как М.М. Куликова, А.А. Седойкина [3], О.Е. Коханая [4], А.А. Максимов, Н.М. Голубева [5], О.А. Омельяненко [6], Г.С. Салистая [7], и ряда других.

Анализ ситуации можно начать с того, что контент в Интернете зачастую выстраивается вокруг некоего образа, который близок подростку, интересен ему во многих своих проявлениях. Этим образом чаще всего выступает кумир тинейджера, чья личность «работает»

для привлечения подростка к материалам разного рода. В современных реалиях любимчиками подрастающего поколения становятся популярные артисты, блогеры. К определяющим критериям отбора «избранных» для тинейджера можно отнести следующие: во-первых, они находятся на волне популярности, особенно среди его сверстников-подростков; во-вторых, подростка могут привлекать физические и личностные качества кумира, его финансовый статус, уважение со стороны окружающих, признание, т. е. всё то, чего он сам хотел бы добиться; в-третьих, внешняя составляющая тоже играет немаловажную роль: если кумир привлекателен, моден, хорошо или эпатажно одет в представлении идеалов тинейджерской массовой культуры, то это, несомненно, привлекает пристальное внимание к подобному «герою нашего времени»; в-четвёртых, внимание подростка может привлечь человек, идущий против правил, который может восстать против общепринятых устоев социума, вызывая восхищение подростка своим бунтарством; в-пятых, кумир может заинтересовать подростка своими идеями, мыслями, высказываниями, творческими проектами; в-шестых, выбор «героя» для подростка может быть обусловлен тем, что им увлечены его друзья либо компания, в которую он хочет влиться.

Таким образом, можно говорить о том, что «для молодого поколения героизм ассоциируется в первую очередь с наличием социальной миссии, поколению Z важен социальный смысл деятельности публичных людей. Для большей части молодёжи блогеры не являются героями, но они служат примером для подражания и являются авторитетами мнений. Вопрос о героях претерпевает глобальные изменения, мы наблюдаем переход от восхищения недостижимыми личностями к повседневному героизму, где каждый человек, исходя из своего предназначения и социальной миссии, способен к героизму. Возможности «сверхвыбора», с одной стороны, приводят к затруднениям самоопределения, с другой – к повышению уровня социальной ответственности и стремлению зумеров к более высоким идеалам. В связи с ростом популярности социальных сетей, их всевозрастающим влиянием на жизнь людей и повсеместной

цифровизацией мы можем предположить, что в дальнейшем герои нашего времени будут появляться именно в цифровом пространстве» [8].

В качестве примера к числу популярных на сегодняшний день на пространстве СНГ блогеров и тиктокеров можно отнести Влада Бумагу А4, Инстасамку, Даню Милохина, Дину Саеву, Рахима Абрамова, Валю Карнавал, Артура Бабича, Юлию Гаврилину, Егора Шипа, Нику Лейтник (Мейбл) и многих других публичных персон. Как правило, кумиры тинейджеров являются их сверстниками либо людьми ненамного старше их самих. «Герои» интернет-пространства выстраивают свой контент вокруг развлечения аудитории за счёт необычных, шуточных и смешных трендовых историй или навыков, призванных привлечь внимание массовой целевой аудитории. После обретения достаточной популярности они начинают работать с рекламодателями, которые готовы предоставить им свои рекламные контракты, в которых фигурируют внушительные суммы денег. За счёт этого кумиры молодого поколения становятся не только популярными, но и довольно скоро финансово обеспеченными и независимыми. Это, в свою очередь, привлекает к ним ещё большее внимание подростковой аудитории, которая, насмотревшись красивых фото и видеоблогеров о богатом и непринуждённом образе жизни, составляет в голове образ идеального мира, где всё достаётся легко и быстро, и стремится к тому же. Зачастую данный контент представляет собой пустое содержание в «красивой обёртке». Желание быть успешным по образу и подобию, тем более когда подростку предоставляют медиаконтент, где этот успех сопровождается интересными и насыщенными событиями, близкими к развлечению, порой становится некой целью, продиктованной юношеским максимализмом. В этом случае становится очевидной необходимость контроля за увлечениями подростка со стороны родителей, других взрослых. Ведь совершенно справедливо отмечают: “Negative factors of using the Internet by teenagers: danger of suppressing interpersonal communication; danger of reducing the role of oral and written speech; weakening of the ability to independent creative thinking; harmful effects on the psyche; danger of reducing the socialization of

a teenager. Unfortunately, the Internet has started to grow the number of different communities that can affect the mental state of adolescents and young people, their mood, provoke rash actions” («Негативные факторы использования Интернета подростками следующие: опасность подавления межличностного общения; опасность снижения роли устной и письменной речи; ослабление способности к самостоятельному творческому мышлению; вредное воздействие на психику; опасность снижения уровня социализации подростка. К сожалению, в Интернете начало расти количество различных сообществ, которые могут влиять на психическое состояние подростков и молодёжи, их настроение, провоцировать их на необдуманные поступки») [9].

В качестве варианта **решения проблемы** можно указать возможное смещение акцента блогерского медиаконтента с функции развлечения к функциям образования и просвещения. Для этого, на наш взгляд, всё-таки необходимо ввести некий мониторинг и контроль за медиаконтентом, предоставляемым блогерами-инфлюенсерами. Безусловно, это задача довольно сложная и труднореализуемая, так как имеет отенок ввода цензуры, что, в свою очередь, также технически непросто осуществить в интернет-пространстве. В этой связи стоит попытаться сместить ценностные ориентиры самих подростков с помощью воспитательных инструментов, формируемых в семье, школе, социуме. Ведь сейчас налицо «проблемы самореализации современной молодёжи в связи с идеализацией социальных сетей и попытками пойти от обратного. Многие проблемы молодого поколения можно избежать, если сместить их фокус с попыток стать успешными, как можно быстрее и легче, на познание себя, получение образования, самореализацию индивида в обществе. В этом случае есть большая вероятность стать успешным блогером в виртуальном мире, реализовав себя сначала в реальном» [10].

Сейчас стоит острая необходимость в появлении такого медиаконтента, который бы ставил своей целью не простое потребление предоставляемой информации подростками в погоне за лайками и подписками, а был способен сподвигнуть юную аудиторию придумывать, создавать

и реализовывать собственные творческие проекты. Если мы говорим о блогерах, то в данном случае при наличии у них созидательных творческих идей и проектов принцип «смотри, учись и делай, как я» может оказать на тинейджеров весьма положительное влияние. На просторах Интернета можно встретить достаточное количество блогерских аккаунтов, чей развлекательный контент грамотно выполняет также и образовательно-познавательные функции. Соответственно, такие блогеры представляют процессы обучения и воспитания в игровой форме, чтобы подросткам было весело и просто воспринимать информацию. В качестве примеров можно привести следующих блогеров платформы TikTok: 1. Николай Милованов, репетитор по математике и физике, который использует короткие стихи и песни для объяснения теорем и правил. 2. Учительница математики Мария Тигина рассказывает о том, как просто можно решить любую задачу. 3. Набравшая популярность учительница русского языка и литературы из Тюмени Марина Литт может научить списывать с умом, а также быстро и правильно пересказывать любое литературное произведение. 4. Диктор и преподаватель техники речи Мария Смолина открывает подросткам интересные, неожиданные и необычные факты о русском языке. 5. Один из самых популярных и любимых преподавателей английского языка в TikTok Евгений Курчанов применяет нестандартные методы объяснения правил, использует образы, молодёжные сленги, старается сделать обучение максимально увлекательным и простым. Безусловно, этих персонажей нельзя назвать кумирами молодёжи, однако их ролики популярны, а значит, интересны потенциальной аудитории подростков. Соответственно, есть необходимость методического смещения внимания подростковой аудитории от чисто развлекательного блогерского контента к не менее увлекательному обучающему.

В этих условиях, конечно, нельзя всегда однозначно негативно оценивать всех блогеров и сводить всю их деятельность лишь к процессам деградационного характера в отношении юного поколения потребителей массовой информации из Интернета. Не стоит забывать о том, что у каждого ребёнка, тем более уже подростка,

имеющего доступ ко Всемирной паутине, должен быть некий «информационный фильтр», закладываемый воспитанием и обучением, которое даёт ему его окружение в реальной жизни.

Выводы. Современный медиаконтент, представленный в Интернете, безусловно, имеет огромное влияние на подростковую аудиторию, поскольку данная категория является активным потребителем информации, особенно если речь идёт о материалах, авторами которых являются известные и популярные среди тинейджеров блогеры, артисты, т. е. кумиры молодёжи.

Негативные последствия восприятия подростками подобного медиаконтента описаны довольно подробно. Они могут проявиться в диванном поведении тинейджеров, их неготовности воспринимать реальность и даже попытках «убежать» от неё.

Однако стоит отметить, что подростки не используют Интернет лишь для слежения за своими кумирами-блогерами и другой информацией исключительно развлекательного характера, их также интересуют медиапродукты познавательно-образовательного направления. К примеру, “many researchers around the globe explored the issue of internet influence on academic achievement and their findings reflect that there is a link between internet use and academic performance. The majority of them tend to think that internet use has a positive influence on teenagers’ academic achievement” («многие исследователи по всему миру изучали вопрос влияния Интернета на академическую успеваемость, и их выводы свидетельствуют о наличии связи между использованием Интернета и академической успеваемостью. Большинство из них склонны считать, что использование Интернета положительно влияет на успеваемость подростков») [11].

Таким образом, влияние интернет-медиа-контента на подростков можно определить как двоякое. К сожалению, в рамках медиапродуктов, предлагаемых современными популярными блогерами-кумирами, остаётся констатировать негативную составляющую предлагаемой ими информации, выполняющей только лишь развлекательную функцию. А вот образовательные и познавательные материалы хоть и присутствуют в избытке в интернет-пространстве,

пользуются наименьшим спросом у подростковой аудитории, являясь продуктами «по требованию», к которым прибегают при необходимости, например, при выполнении школьных заданий. Отсюда следует, что образовательно-познавательный подростковый медиаконтент по-прежнему остаётся прерогативой традиционных СМИ, хотя Интернет во много раз упрощает доступ к такого рода материалам для обучения и саморазвития подростковой аудитории. Получается, что на сегодняшний день можно поставить чёткую цель переломить эту ситуацию и сместить акцент подросткового интереса с только лишь развлекательного медиаконтента в Интернете к познавательному.

Поступила: 21.08.22; рецензирована: 05.09.22;
принята: 07.09.22.

Литература

1. *Фоменко Н.В.* Подростковый возраст как наиболее сложный этап развития ребёнка / Н.В. Фоменко // Вестник Таганрогского гос. пед. ин-та. 2014. № 2. С. 201–205.
2. *Сухарев В.С.* Негативное влияние Интернета на современных детей // Конференциум АСОУ: сб. научных трудов и материалов научно-практических конференций / В.С. Сухарев. М.: Академия социального управления, 2020. № 1. С. 299–302.
3. *Куликова М.М.* Влияние Интернета на подростков в контексте развития и популяризации информационного пространства: положительные и отрицательные аспекты: материалы научной сессии, г. Волгоград, 20–24 апреля 2015 г. / Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т»; редкол.: А.Э. Калинина (отв. ред.) [и др.] / М.М. Куликова, А.А. Седойкина. Волгоград: Волгоградский гос. ун-т, 2015. С. 82–84.
4. *Коханая О.Е.* Медиа социализация молодёжи в эпоху социальных и технологических трансформаций медиасферы // III Моисеевские чтения: Культура и гуманитарные проблемы современной цивилизации: доклады и материалы Общероссийской (национальной) научной конференции, Москва, 11–12 марта 2020 года / О.Е. Коханая. М.: Московский гуманитар. ун-т, 2020. С. 404–411.
5. *Максимов А.А.* Влияние социальных сетей на современного подростка / А.А. Максимов, Н.М. Голубева // Наука и современность. 2014. № 28. С. 105–109.
6. *Омельяненко О.А.* Влияние социальных сетей на современную молодёжь // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых учёных / О.А. Омельяненко. Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитар.-пед. гос. ун-т, 2016. № 3. С. 70–77.
7. *Салистая Г.С.* Детское блоггерство как проявление преждевременной социализации // Высшее образование для XXI века: Цифровая трансформация общества: новые возможности и новые вызовы: доклады и материалы XVI Международной научной конференции: в 2 ч. (онлайн-формат), Москва, 18–19 ноября 2020 года / Г.С. Салистая. М.: Московский гуманитар. ун-т, 2020. С. 216–222.
8. *Евсегнеева Н.С.* Поколение Z и его герои // Вестник университета / Н.С. Евсегнеева. М.: ФГБОУ ВО «Гос. ун-т управления», 2022. № 2. С. 183–187.
9. *Khudaiberganova U.B.* Internet influence on worldview of youth // Academic research in educational sciences. (in English) / U.B. Khudaiberganova, A.B. Abdalova. Chirchik, 2021. Vol. 2. № 4. Pp. 94–101.
10. *Зими́на М.А.* Влияние социальных сетей на современную молодёжь и её самореализацию // Научное пространство современной молодёжи: приоритетные задачи и инновационные решения: сб. статей участников III Всероссийской молодёжной научно-практической конференции VI Уральского вернисажа науки и бизнеса, Международного научного культурно-образовательного форума, Челябинск, 07–08 апреля 2022 г. / под общ. ред. Е.П. Велихова, отв. за вып. О.А. Хэгай / М.А. Зими́на, Д.В. Тихонов. Челябинск: Челябинский гос. ун-т, 2022. С. 101–103.
11. *Акильжанова А.Е.* Influence of internet on teenagers' academic achievement (in English) / А.Е. Акильжанова, Б.М. Амирова // Юный учёный. 2016. № 1 (4). С. 7–10.