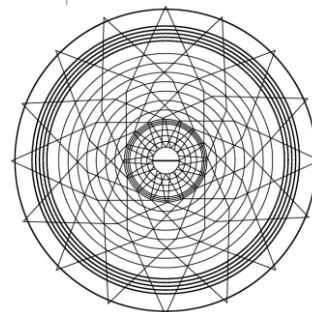


[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



ВОЗМОЖНОСТИ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОДРОСТКОВ В ЦИФРОВОЙ МЕДИАСРЕДЕ

Толоконникова А.В.

Кандидат филологических наук, доцент
Московского государственного университета имени
М. В. Ломоносова (Москва, Россия)
a.tolokonnikova@mail.ru

Дунас Д.В.

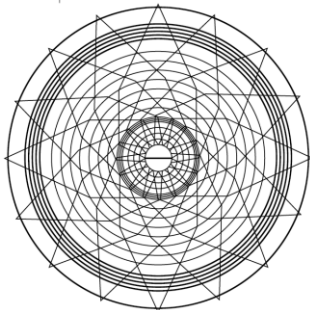
Кандидат филологических наук, ведущий научный
сотрудник Московского государственного
университета имени М. В. Ломоносова (Москва,
Россия)
dunas.denis@smi.msu.ru

Кульчицкая Д.Ю.

Кандидат филологических наук, доцент
Московского государственного университета имени
М. В. Ломоносова (Москва, Россия)
diana.kulchitskaya@gmail.com

Аннотация:

Авторы исследуют возможности Интернета и социальных медиа как среды, позволяющей подросткам удовлетворять их психологические потребности, такие как стремление к познанию информации, потребность в общении и группировании со сверстниками, желание «примерить» на себя различные социальные роли, необходимость сформировать «Я-концепцию» и др. Как показывает проведенное исследование, все эти базовые для пубертатного периода запросы сегодня могут быть во многом удовлетворены в цифровом пространстве. Это делает определенные интернет-ресурсы (прежде всего социальные медиа и мессенджеры) особо притягательными для юной аудитории, превращая их в главные медийные и коммуникационные площадки современной молодежи.



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

Ключевые слова: цифровое поколение, цифровая молодежь, психологические потребности, удовлетворение потребностей

Введение

Медийная практика сегодня прочно интегрирована в жизнь современных детей и подростков. При этом возрастная планка освоения сетевого пространства существенно снизилась в последние годы. Так, исследование 2013 года свидетельствует о том, что российские дети начинали активно пользоваться Интернетом приблизительно в 8–9 лет, в то время как аналогичные данные за 2017 год демонстрируют, что юные пользователи стали выходить в сеть уже в дошкольном возрасте: 80% детей 4–6 лет в России пользуются Интернетом (Коммерсант, 2017). И, хотя в столь раннем возрасте основным видом деятельности в сети является потребление медиаконтента (прежде всего мультфильмов) и игры на электронных устройствах, с точки зрения приобщения детей к сетевому пространству Россия стоит в числе наиболее развитых стран.

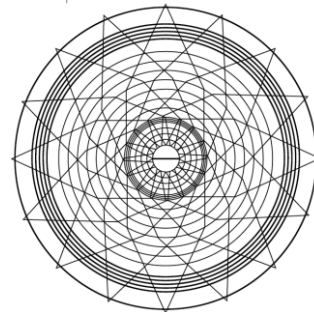
К подростковому периоду технологические новации столь тесно вплетаются в жизнь школьника, что нередко именно виртуальная реальность становится той средой, где происходит его взросление, обучение и развитие. Исследование, проведенное компанией MOMRI в октябре 2018 года, показало, что для молодых людей сегодня, по сути, существует лишь два главных медиаресурса — это телевидение и Интернет (Георгиевская, 2019). Традиционное телевидение регулярно смотрит 73% детей в возрасте от 2 до 12 лет, и как минимум три часа ежедневно они проводят в Интернете (Георгиевская, 2019; Mediascope, 2018). При этом чем старше ребенок, тем чаще он выходит в сеть и реже смотрит телевизор.

Молодые люди являются активными пользователями социальных медиа и преимущественно через них узнают новости (Вартанов, Гуреева, Дунас, Ткачева, 2016; Дунас, Толоконникова, Черевко, 2018). Кроме того, мы можем наблюдать растущую популярность у молодежи мессенджеров: прирост юной аудитории здесь составляет 9% ежегодно. Наиболее активно пользуются мессенджерами дети в возрасте от 10 до 12 лет — 60%. Фактически это каждый ребенок, у которого есть смартфон. При этом только 47% из них используют социальные медиа (Георгиевская, 2019). Имеющиеся данные о структуре и объемах медиапотребления позволяют понять, какие ресурсы наиболее популярны у молодежи, но не дают нам ответа на вопрос, почему молодые россияне делают выбор в пользу того или иного медиа и что заставляет молодежь так много времени проводить в сетевом пространстве (Кульчицкая, 2019; Кульчицкая, Вартанов, Дунас, 2019; Филаткина, Давлетшина, 2019).

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



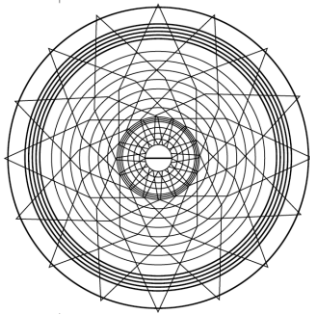
Авторы настоящей статьи предположили, что виртуальное пространство сегодня позволяет удовлетворить определенные психологические запросы подростков, характерные именно для этого этапа развития личности, что и делает интернет-среду столь привлекательной для них. Проверка данной гипотезы потребовала постановки следующих исследовательских задач:

- обобщить имеющиеся теоретические данные относительно базовых психологических потребностей подростков;
- провести глубинные интервью со школьниками и студентами, родившимися не ранее 2000 года и представляющими в России первое «цифровое поколение», с целью выявить особенности медиакommunikационных практик молодых россиян и мотивы их обращения к различным медиаресурсам;
- сопоставить полученный эмпирический материал с основными теоретическими тезисами и понять, какие базовые психологические потребности подростков сегодня позволяет удовлетворить медиасреда.

Психологические потребности подростков: обзор литературы и теоретических концепций

Изменение основ функционирования общества и формирование в нем новых типов культур (в частности, цифровой медиакультуры) напрямую соотносится с изменениями индивидуальных практик медиапотребления. Меняются как мотивы обращения аудитории к различным типам медиа, так и факторы, их определяющие (Вартанова, 2019). Основным теоретическим подходом, рассматривающим процесс использования медиа в контексте удовлетворения потребностей, в медиаисследованиях выступает теория использования и удовлетворения (Katz, Blumler, Gurevitch, 1973; Katz, Gurevitch, Haas, 1973; Papacharissi, Rubin, 2000; Ruggiero, 2000; Vincent, Basil, 1997). Эта теория не имеет одного автора, так как на протяжении развития научного знания к ней обращались, дополняя и развивая, различные исследователи. Сегодня она подвергается динамичным изменениям в связи с возросшим влиянием на все сферы общественной и личной жизни нового феномена реальности — интернет-среды, виртуального пространства — не как набора технологий, а как среды обитания (Вартанова, 2001).

Стоит заметить, что виртуальное пространство и Интернет в целом все чаще начинает рассматриваться психологами не как отдельно существующая реальность, за которой возможно наблюдать со стороны, а как неотъемлемая часть повседневной жизни (Носов, 2000). Это особенно касается молодого поколения, поскольку в отношении детей и подростков можно говорить об особой «цифровой» ситуации развития и социализации, в которой технологии вплетаются в жизнь с раннего возраста (Солдатов, Рассказова, 2017). На тесную взаимосвязь медиа и детских игр обращает внимание также зарубежный



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

исследователь Соня Ливингстоун, отмечая, что «происходит взаимный пересмотр старых значений — нелинейный, непредсказуемый, который изменяет детей, их игровой процесс и культурный смысл их игры. Медиа не просто добавляют новый элемент к истории, они ее преобразовывают» (Livingstone, 2009, цит. по пер. Давыдов, 2017); все это позволяет говорить о таком явлении, как «медиатизация детства» (Livingstone, 2009).

В результате этих медиатрансформаций потребности, которые прежде были только медийными, становятся базовыми потребностями человека, а потребности, которые возможно было удовлетворить опосредованно через акт медиации, удовлетворяются напрямую, в результате процесса медиатизации, и именно молодежь — «цифровые аборигены» (Prensky, 2001) — как аудитория медиа сегодня наиболее ярко олицетворяет собой кардинальные изменения медиапрактик, трансформирующих теоретическое знание: классическая теория использования и удовлетворения переосмысливается в первую очередь тогда, когда анализу подвергаются практики медиапотребления молодежи в цифровой среде, особенно в социальных медиа (Дунас, Вартанов, Кульчицкая, 2019; Вартанова, 2015).

Границы подросткового периода несколько размыты. Наиболее распространенной в России периодизацией детства является периодизация Д. Б. Эльконина (1989), по которой выстроена вся система дошкольного и школьного образования в стране. Она предлагает следующую возрастную градацию (Эльконин, 1989, с. 44, 76; Ткачева, Хилько, 2013):

1. Младенчество: от рождения до 1 года жизни.
2. Раннее детство: от 1 года жизни до 3-х лет.
3. Младший и средний дошкольный возраст: от 3 до 4–5 лет.
4. Старший дошкольный возраст: от 4–5 до 6–7 лет.
5. Младший школьный возраст: от 6–7 до 10–11 лет.
6. Подростковый возраст: от 10–11 до 14–15 лет.
7. Ранний юношеский возраст: от 14–15 до 16–17 лет

Согласно данной периодизации, подростковый возраст во многом совпадает с обучением детей в средней и старшей школе и вместе с ранним юношеством охватывает период от 10–11 до 16–17 лет.

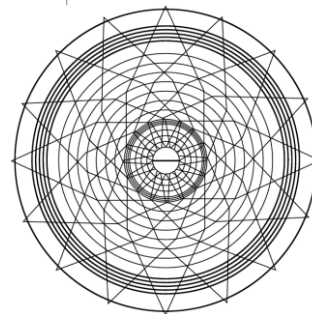
Ведущие российские специалисты в области возрастной психологии выделяют целый ряд потребностей, характерных для подросткового периода (Эльконин, 1989; Идобаева, Карабанова, Подольский, Хейманс, 2011). Очевидно, что возможности удовлетворения многих из них сейчас все чаще смещаются в виртуальную среду. В контексте изучения медиапотребления эти запросы условно можно разделить на несколько групп.

Во-первых, это информационные потребности подростков и потребность в саморазвитии. Отличительной чертой пубертатного возраста является любознательность и пытливость ума. Подросток стремится овладеть как можно

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



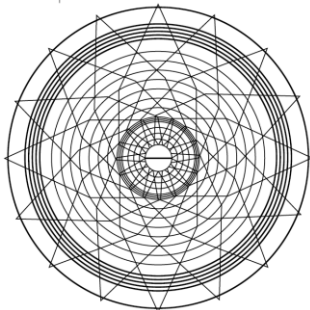
большим количеством знаний, не всегда напрямую связанных с учебой, однако порой он еще не способен их четко систематизировать (Лобанова, Музыченко, 2012).

Во-вторых, это потребности, связанные с самопознанием и самоидентификацией: развитие самооценки, стремление к проявлению своей индивидуальности, формирование «Я-концепции» (Селищева, 2012). Типичными для пубертата являются эксперименты с собственной идентичностью, желание проигрывать разные социальные роли, «примерять» на себя различные образы (Кириякова, 2017).

В-третьих, это потребность в общении со сверстниками. Чувство одиночества, присущее данному возрасту, порождает необходимость в дружеской поддержке (Кон, 1979; Крушельницкая, 2007). При этом интимно-личное общение — это в целом ведущая деятельность, доминирующая на данном этапе развития (Эльконин, 1989).

В период пубертата у детей появляется много знакомых, они объединяются в неформальные компании. Для подростков крайне характерно стремление присоединиться к референтной общности (идиокультуре), раствориться в ней, разделить с другими свои ценности и таким образом почувствовать себя защищенным (Бабаева, Войскунский, Смылова, 2000; Крушельницкая, 2007). Желание существовать среди сверстников здесь проявляется буквально на инстинктивном уровне, что заставляет психологов говорить о типичной для подростков «реакции группирования» — понятии, введенном советским психиатром А. Личко (Личко, 1985: 257).

Важно учитывать тот факт, что в условиях современной урбанизированной цивилизации некоторые основополагающие эмоциональные желания подростков не всегда могут быть удовлетворены естественным образом. Многие дети становятся «заложниками» городских квартир и живут по четко фиксированному расписанию основных и дополнительных занятий. Таким образом, у редкого подростка есть время и возможность уделять внимание своим реальным интересам и потребностям или встречаться с друзьями так часто, как того бы ему хотелось. В соответствии с эволюционной психологией, именно этим спровоцированы многие проблемы переходного возраста и хорошо известный всем родителям подростковый кризис (Палмер Дж., Палмер Л., 2007). Вместе с тем можно предположить, что в настоящий момент открываются новые, технологически детерминированные формы реализации возрастных запросов, когда Интернет и социальные медиа по сути становятся основной, а возможно, и единственной, средой, позволяющей подросткам решить базовые для их возраста психологические задачи: потребность в расширении кругозора, общении, поиске себя и близкого по духу окружения.



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

Описание исследования

В основу исследования легла серия глубинных интервью, проведенных среди школьников весной 2019 года. В выборку вошли представители молодежи 1999–2008 годов рождения от 10 до 19 лет. Данный возрастной диапазон позволяет полностью охватить подростковый период, а также «захватывает» молодых людей, которые только что перешли из него в период юношества. Опрошенных разделили на 3 группы в соответствии с той ступенью обучения, на которой они находятся:

- школьники средних классов — 10–15 лет (год рождения с 2004 по 2008),
- школьники старших классов — 16–17 лет (год рождения с 2002 по 2003),
- студенты младших курсов вузов — 17–19 лет (год рождения с 1999 по 2001).

Интервью были проведены как минимум с шестью представителями каждой группы (в общей сложности 20 интервью). Авторы не ставили перед собой задачу четко делить респондентов по гендерному признаку и на основании этого выявлять различия в их медиапотреблении, однако в целом число участников в каждом возрастном блоке с точки зрения пола разделилось приблизительно поровну: на вопросы интервьюеров отвечали 9 юношей и 11 девушек.

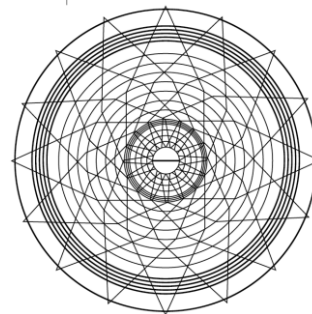
Респонденты проживали в Москве, Ростове-на-Дону и Нижнем Новгороде. Выбор городов был соотнесен с объектом исследования, то есть представителями молодежи, которые родились с 1999 г. по 2008 г. включительно и обладают высоким уровнем владения цифровыми технологиями, плотно вошедшими в их повседневную жизнь. Опираясь на теорию поколений, мы предполагаем, что «цифровая молодежь» наиболее эффективно реализует возможность доступа к цифровым технологиям именно в городах-миллионниках, где уже создана развитая система информационно-коммуникационных связей. Перечисленные три города соответствуют обозначенным критериям: по данным Росстата на 1 января 2019 г., они входили в список 15 городов России, население которых превышало 1 млн человек, и в них наблюдалось высокое проникновение Интернета (Statdata, 2020). Кроме того, все три города имеют развитую структуру высших учебных заведений, что является важным фактором для данного исследования, поскольку в число респондентов по возрасту попадают студенты младших курсов вузов.

Безусловно, можно предположить, что практика использования медиаресурсов и структура медиапотребления варьируется в зависимости от региона и будет иметь другие характеристики в городах с населением ниже одного миллиона человек в силу социоэкономических факторов. Однако данное

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



исследование ставит своей целью изучить сегмент молодежи с наиболее высоким уровнем вовлечения в цифровую среду и проанализировать именно передовые практики. Кроме того, учитывая ограниченность ресурсов, представляется невозможным изучить российскую молодежь в масштабах всей страны.

Необходимо также отметить, что настоящее исследование носило характер первичного зондажа с целью верификации гипотезы и разработки инструментария для дальнейших, более глубоких изысканий — масштабного социологического исследования, направленного на изучение мотивов медиапотребления подростков в обозначенных городах.

Результаты исследования

Проведенное исследование показало, что для той группы респондентов, которые принимали участие в опросе, виртуальная среда, действительно, открывает широкие возможности в области реализации основных возрастных психологических потребностей.

Наиболее очевидным образом здесь, как и у взрослых, удовлетворялась потребность в получении новой информации и потребность в саморазвитии. Интернет, с его разнообразными новостными и образовательными ресурсами, многочисленными уроками, вебинарами и мастер-классами, наиболее простым, удобным и доступным способом отвечает на подобные запросы школьников и студентов. Об этом говорили практически все участники исследования, в качестве иллюстраций ответов которых мы могли бы привести следующие высказывания: «Если меня что-то заинтересует, я ищу эту информацию в Интернете»¹. «Я привык держать руку на пульсе, получать информацию — много и быстро»². «Соцсети для меня — это не только коммуникация, но и возможность получить новую информацию»³. «Если тема касается моего увлечения — то, что мне интересно, — я найду в Интернете, посмотрю»⁴. «Информацию ищу абсолютно разную [...] — в зависимости от дня. Если это в школе, то что-то связанное с образованием, с какими-то школьными темами»⁵. «Если меня заинтересует новость, то тогда я ее «загуглю» и посмотрю подробнее»⁶. «Ищу какую-либо информацию для учебы, научные факты»⁷. «Все-таки Интернет — это,

¹ Респондент 3. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 17 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

² Респондент 1. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 18 лет. Статус: студент вуза, 1 курс.

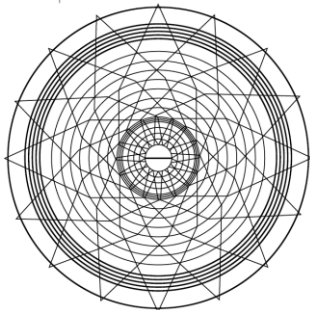
³ Респондент 3. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 17 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

⁴ Респондент 16. Город: Ростов-на-Дону. Пол: мужской. Возраст: 13 лет. Статус: школьник, ученик 7 класса.

⁵ Респондент 9. Город: Нижний Новгород. Пол: женский. Возраст: 17 лет. Статус: школьница, ученица 11 класса.

⁶ Респондент 11. Город: Нижний Новгород. Пол: мужской. Возраст: 14 лет. Статус: школьник, ученик 7 класса.

⁷ Респондент 18. Город: Ростов-на-Дону. Пол: женский. Возраст: 16 лет. Статус: школьница, ученица 9 класса.



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

наверное, сейчас самый быстрый доступ к любой информации, которая тебе нужна»⁸.

Обращает на себя внимание тот факт, что многие участники исследования отмечали, что обычно стремятся получить информацию по интересующей их теме сразу из нескольких источников, собирая свое итоговое представление, словно мозаику: «Если новость интересна, я смотрю не один сайт, а несколько, чтобы у меня сложилась максимально полная картина того, что происходит»⁹. «Я люблю сравнивать информацию, особенно по учебе, смотреть информацию на разных сайтах. Так я получаю более полную картину»¹⁰.

Молодые люди говорили, что часто сразу же проверяют интересующую их информацию на предмет достоверности и далеко не сразу принимают все на веру: «Если я увижу что-то — прямо очень серьезную новость, я попытаюсь проверить ее в разных источниках»¹¹. «Мне кто-то что-то говорит, и я потом, чтобы удостовериться, смотрю в Интернете»¹². «Указывается видео какое-либо, я захожу в «Яндекс», «поиск по картинке», вбиваю «скриншот» из этого видео [...] — я проверяю, правда ли это или нет».¹³

Еще одной интересной особенностью, выявленной в процессе анализа интервью, показалось то, что потребление новостей у подростков происходит не только для того, чтобы получить новую информацию, а, порой, исключительно в коммуникационных целях — чтобы иметь возможность позже обсудить эти новости с друзьями: «[Я читаю новости в Интернете — прим. авт.], во-первых, для себя, а, во-вторых, чтобы не стоять «непонимающим», если мои друзья разговаривают, подключиться быстрее к разговору»¹⁴. «Какие-то актуальные события для меня интересны, мне нравится поддерживать разговор, и я не люблю находиться в той ситуации, когда люди что-то знают, и они начинают общаться, делиться, а я не понимаю, о чем они говорят, потому что какую-то новость не знаю»¹⁵. «Даже новости, которые меня интересуют, в первую очередь я услышу у своих знакомых»¹⁶. Таким образом, в природе представителей «цифрового поколения» мы можем наблюдать за тем, как потребление информации становится одним из основополагающих в личном и социальном опыте — некое единство «медийного» и «социального»,

⁸ Респондент 13. Город: Нижний Новгород. Пол: мужской. Возраст: 17 лет. Статус: школьник, ученик 11 класса.

⁹ Респондент 1. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 18 лет. Статус: студент вуза, 1 курс.

¹⁰ Респондент 3. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 17 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

¹¹ Респондент 2. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 16 лет. Статус: школьник, ученик 10 класса.

¹² Респондент 15. Город: Ростов-на-Дону. Пол: женский. Возраст: 15 лет. Статус: школьница, ученица 9 класса.

¹³ Респондент 16. Город: Ростов-на-Дону. Пол: мужской. Возраст: 13 лет. Статус: школьник, ученик 7 класса.

¹⁴ Респондент 7. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 12 лет. Статус: школьник, ученик 6 класса.

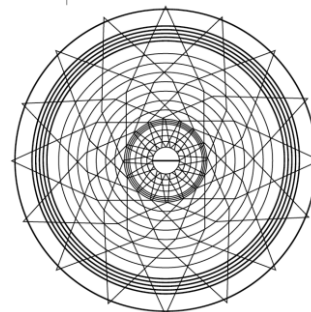
¹⁵ Респондент 5. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 16 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

¹⁶ Респондент 11. Город: Нижний Новгород. Пол: мужской. Возраст: 14 лет. Статус: школьник, ученик 7 класса.

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



характерного, по мнению Е. Л. Вартановой, для определения идеи человека как «человека медийного» (Vartanova, 2013).

Практически все опрошенные школьники и студенты рассматривали коммуникационные возможности Интернета именно как приоритетные. «Для меня важно [иметь доступ к Интернету — прим. авт.], чтобы знать, что происходит у моих друзей»¹⁷. «В Интернете не просто видео, картинки — там у меня переписки!»¹⁸ «Мне важно иметь доступ к связи с людьми»¹⁹. «Соцсети и Интернет [...] — это такая вещь, в которой всё вместе, и это сделано очень удобно. То есть я могу в одном месте и музыку слушать, и с друзьями общаться, причем быстро, как будто они рядом со мной»²⁰. «Я держу контакт с друзьями через различные мессенджеры [...], нередко узнаю новости тоже из социальных сетей»²¹. «Общение в основном через Интернет идет. Это не столько важно, сколько практично, удобно»²². «Я создаю, выкладываю что-то для того, чтобы поделиться своей историей, чтобы люди — мои знакомые, друзья — это увидели, мы обсудили как-то. Возможно, они мне что-то посоветуют»,²³ — рассказывают респонденты.

Большинство интервьюируемых рассказывали о том, что в цифровой среде они естественным образом продолжают общение с теми, с кем постоянно контактируют в реальной жизни: «Есть люди, которых я каждый день встречаю, но вечером уже начинаю писать. Мы опять продолжаем общаться — в Интернете»²⁴. Однако сегодня социальные медиа позволяют школьникам расширить круг контактов даже в тех случаях, когда они являются изгоями среди одноклассников или не имеют постоянных друзей в ближайшем окружении: «[Интернет — прим. авт.] позволяет мне с друзьями общаться, даже если они далеко, даже если эти друзья живут не в моем городе»²⁵; «Есть виртуальные друзья, с которыми я общаюсь, потому что они из других стран»²⁶.

Анонимность и нерегламентированность интернет-коммуникации в целом делает ее более простой для подростков, нежели личное общение: «Просто в реальной жизни могут быть такие темы, когда не можешь объяснить, рассказать, а в Интернете все пишешь... Легче в Интернете сказать, чем в реальной

¹⁷ Респондент 7. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 12 лет. Статус: школьник, ученик 6 класса.

¹⁸ Респондент 11. Город: Нижний Новгород. Пол: мужской. Возраст: 14 лет. Статус: школьник, ученик 7 класса.

¹⁹ Респондент 14. Город: Нижний Новгород. Пол: женский. Возраст: 15 лет. Статус: школьница, ученица 9 класса.

²⁰ Респондент 2. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 16 лет. Статус: школьник, ученик 10 класса.

²¹ Респондент 6. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 16 лет. Статус: школьница, ученица 10 класса.

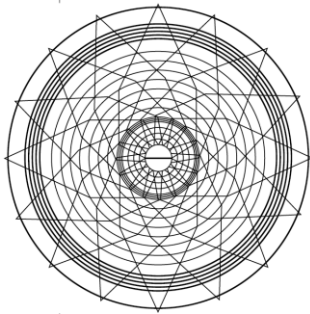
²² Респондент 17. Город: Ростов-на-Дону. Пол: женский. Возраст: 19 лет. Статус: студентка вуза, 2 курс.

²³ Респондент 5. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 16 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

²⁴ Респондент 4. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 17 лет. Статус: школьник, ученик 11 класса.

²⁵ Респондент 14. Город: Нижний Новгород. Пол: женский. Возраст: 15 лет. Статус: школьница, ученица 9 класса.

²⁶ Респондент 16. Город: Ростов-на-Дону. Пол: мужской. Возраст: 13 лет. Статус: школьник, ученик 7 класса.



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

жизни»²⁷. Или другое высказывание на этот счет: «Сейчас многие стали писать серьезные вещи в соцсетях, мессенджерах, и то, что ты можешь написать, смотря в экран телефона, компьютера, ты не можешь сказать в лицо человеку. Это отличается сильно»²⁸.

Таким образом, удовлетворение психологической потребности в интимно-личностном общении, которая, как отмечалось выше, является ведущей деятельностью на данном этапе развития, сегодня во многом смещается в интернет-среду и вполне может реализовываться посредством цифровых ресурсов.

В связи с этим представляется интересным заключение А. Г. Грецова, изучавшего современные представления о дружбе у подростков. Он сделал вывод о том, что дружба у людей пубертатного возраста сегодня видоизменяется главным образом не с позиции целей, а с позиции средств общения и способов структурирования времени: в дружеских отношениях возрастает доля общения, опосредованного современными техническими средствами, такого как переписка по электронной почте или в интернет-сообществах, разговоры по мобильному телефону и пр. Вместе с тем цели дружбы остаются прежними — теми же, что и ранее — 20, 30 лет назад: это эмоциональная поддержка, взаимопонимание и взаимная помощь (Грецов, 2005).

Ярко выраженное стремление состоять в неформальных группах сверстников, характерное для данного возраста (Крушельницкая, 2007), присоединиться к группе единомышленников, разделить с ними свои ценности и убеждения современные подростки также имеют возможность удовлетворить с помощью сетевых ресурсов. Молодые люди, с которыми проводились интервью, выступали членами множества интернет-сообществ, в рамках которых они общались как с реальными, так и с виртуальными друзьями. По сути, группы в мессенджерах и социальных медиа сегодня выступают для них в роли тех самых субкультурных площадок, которые всегда были столь притягательны для подрастающего поколения. Возможно, именно поэтому представители данной возрастной группы являются одними из самых активных пользователей социальных медиа.

Кроме того, интерес к социальным медиа можно связать с тем, что подобные ресурсы представляют широкое поле для экспериментов с самопрезентацией, позволяя по-разному конструировать свою виртуальную личность (Кирьякова, 2017). «Соцсети... всегда создают виртуальный и ярко выраженный образ пользователя вне зависимости от того, переписываетесь ли вы с этим

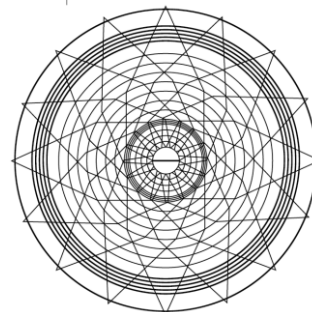
²⁷ Респондент 4. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 17 лет. Статус: школьник, ученик 11 класса.

²⁸ Респондент 5. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 16 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



человеком или просто смотрите на его страницу»²⁹, — говорит один из респондентов.

Инструменты, которые дают возможность скрывать свои реальные характеристики и внешность, произвольно создавать свое «виртуальное Я» и наделять его желанными качествами, активно использовались как участниками исследования, так и их друзьями-сверстниками при публикациях в социальных медиа. «Мои фото и я — два разных человека, и меня очень смущает, что сейчас у всех складывается мнение о человеке по соцсетям и фото в них. Зачастую это совершенно разные люди», — констатирует интервьюируемый³⁰.

И действительно: мессенджеры и социальные медиа словно позволяют детям переходного возраста «примерить» на себя различные «маски», освоить новые социальные роли и модели поведения.

Наблюдение авторов за аккаунтами подростков позволило заметить, что некоторые из них намеренно стремятся создать на фотографиях нарочито «взрослый» образ. Другие в качестве основной фотографии в своем профиле ставят не свой портрет, а изображение любимых анимационных героев, фотографии актеров, спортсменов или звезд шоу-бизнеса. Третьи естественно и подробно транслируют все, что с ними происходит в обычной жизни, стараясь максимально сблизить свой виртуальный и реальный «имидж»: «Я себя не показываю тем, кем не являюсь. Люди смотрят картинки, фотки... Не только мои друзья, но и чужие люди смотрят. И я сделал все так, чтобы они не думали, что я себя каким-то другим показываю³¹». «Я отношусь к Инстаграм и ведению своей страницы как к возможности поделиться частичкой своей жизни и тем, что ты любишь, а не тем, что другие хотят видеть в тебе. То есть я считаю, что человек должен выкладывать именно то, что интересно ему...»³². «Для меня лайки — это не показатель. Я просто выставляю, чтобы поделиться с друзьями этим. Я же не буду ко всем лично подходить и каждому показывать: “Вот, смотри, какая фотография!”».³³

Различные эксперименты с представлением себя, своей жизни в сетевом пространстве становятся для подростка определенным психологическим тренингом, помогают ему обрести себя и свою индивидуальность, развить самооценку (Бабаева, Войскунский, Смылова, 2000; Баранова, 2012). Все перечисленное относится к важным психологическим потребностям,

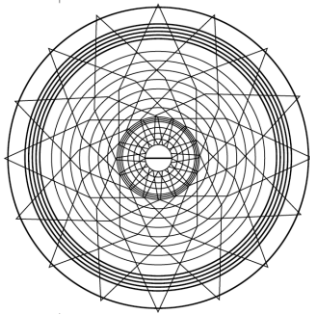
²⁹ Респондент 6. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 16 лет. Статус: школьница, ученица 10 класса.

³⁰ Респондент 3. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 17 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

³¹ Респондент 4. Город: Москва. Пол: мужской. Возраст: 17 лет. Статус: школьник, ученик 11 класса.

³² Респондент 5. Город: Москва. Пол: женский. Возраст: 16 лет. Статус: студентка вуза, 1 курс.

³³ Респондент 16. Город: Ростов-на-Дону. Пол: мужской. Возраст: 13 лет. Статус: школьник, ученик 7 класса.



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

характерным для данного периода становления личности, и напрямую соотносится с базовыми возрастными запросами подростков.

Выводы

Предположение авторов о том, что виртуальное пространство сегодня является столь притягательным для подростков благодаря тому, что позволяет им удовлетворять определенные возрастные психологические запросы, в целом, подтвердилось.

На основании анализа теоретических трудов, посвященных изучению пубертатного периода, удалось выделить ряд базовых психологических потребностей, характерных именно для данного этапа становления личности. В их числе такие, как: 1) стремление к познанию, расширению кругозора, получению новых знаний, саморазвитие; 2) желание «примерить» на себя различные социальные роли и обрести собственную идентичность, самоидентификация, формирование «Я-концепции»; 3) стремление к проявлению своей индивидуальности, развитие самооценки; 4) потребность в общении, особенно интимно-личностном; 5) потребность в группировании со сверстниками.

Интервью, проведенные с 20 респондентами из Москвы, Нижнего Новгорода и Ростова-на-Дону, показали, что решение большинства из этих задач у участников исследования сегодня, действительно, сместилось в цифровую среду, поскольку Интернет, мессенджеры и социальные медиа не только являются для них естественной средой обитания и значимой частью повседневной жизни, но и открывают массу возможностей для удовлетворения этих запросов. При этом существенной разницы в мотивах обращения к сетевым ресурсам у девушек и у юношей не наблюдалось, приоритеты были связаны скорее с личными предпочтениями респондентов, особенностями их окружения и влиянием семьи.

Вместе с тем мы можем предположить, что в условиях современных городских реалий Интернет и социальные медиа становятся основной, а иногда и единственной, возможностью реализовать базовые для подросткового возраста потребности. При этом те задачи, решение которых сегодня переходит в виртуальное пространство, по сути своей остались прежними — это получение новой информации, саморазвитие, поиск себя и близкого по духу окружения.

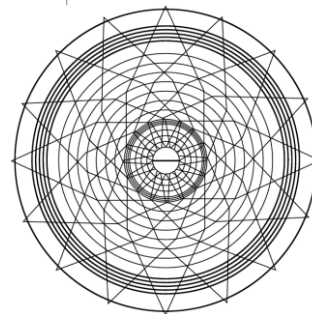
На наш взгляд, именно это делает подобные ресурсы особо притягательными для молодежи, превращая их в главные медийные и коммуникационные площадки поколения «цифровых» россиян.

Безусловно, выводы данного исследования могут служить лишь иллюстрацией, отражающей общие тенденции в медиапотреблении молодежи и на данном этапе не применимы для экстраполяции на всю Россию. Однако они позволяют нам говорить о подтверждении выдвинутой гипотезы и необходимости ее дальнейшей проверки в рамках более масштабных

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



социологических исследований, направленных на изучение психологических мотивов обращения подростков к сетевым медиаресурсам.

БЛАГОДАРНОСТЬ

Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект №18-78-10090)

БИБЛИОГРАФИЯ

Бабаева, Ю. Д., Войскунский, А. Е., Смыслова, О. В. (2000). Интернет: воздействие на личность. А. Е. Войскунский (ред.), Гуманитарные исследования в Интернете (сс. 11–39). Можайск-Терра. [URL:http://www.relarn.ru/human/pers.html](http://www.relarn.ru/human/pers.html).

Баранова, Ю. М. (2012). Общение подростков в социальных интернет-сетях как особый вид коммуникации. Научные проблемы гуманитарных исследований, 4, 105–110.

Вартанов, С. А., Гуреева, А. Н., Дунас, Д. В., Ткачева, Н. В. (2016). К вопросу о теоретическом понимании новостей в цифровую эпоху: трансформация структуры, сил влияния, жизненного цикла. Вестник Московского университета, 10(3), 3–16.

Вартанова, Е. Л. (2001). Новые проблемы и новые приоритеты цифровой эпохи. Информационное общество, (3), 50–56.

Вартанова, Е. Л. (2015). Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов. Вестник Московского университета, 10(6), 5–26.

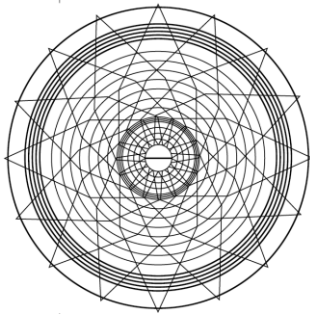
Вартанова, Е. Л. (2019). От теории журналистики к теории медиа. Е. Л. Вартанова (ред.) Динамика медиаисследований в современной России. Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ.

Георгиевская, М. (2019). Детское медиапотребление. Что интересно юной аудитории в интернете и на ТВ. Adindex. [URL:https://adindex.ru/news/researches/2019/03/17/270654.phtml](https://adindex.ru/news/researches/2019/03/17/270654.phtml)

Грецов, А. Г. (2005). Эмоциональные отношения подростков со сверстниками. Л. А. Регуш (ред.), Психология современного подростка (сс. 62–73). Элви-Принт.

Давыдов, С. (2017). О «медиа(тиза)ции всего»: Соня Ливингстон и ее программная статья. Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2(2), 146–170.

Дунас, Д. В., Вартанов, С. А., Кульчицкая, Д. Ю., Салихова, Е. А., Толоконникова, А. В. (2019). Теоретические аспекты изучения медиапотребления российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения. Вестник



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

Московского университета, 10(2), 3–28.
<https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2019.328>

Дунас, Д. В., Толоконникова, А. В., Черевко, Т. С. (2018). Наблюдение за потреблением информационного контента студентами факультета журналистики МГУ. Медиаскоп, (4). [URL:http://www.mediascope.ru/2483](http://www.mediascope.ru/2483).
<https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2018.1>

Идобаева, О. А., Карабанова, О. А., Подольский, А. И., Хейманс, П. (2011). Психоэмоциональное благополучие современных подростков и ресурсы его повышения: опыт международного исследования. Вестник Московского университета, 14(2), 10-21.

Кирьякова, Н. А. (2017). Влияние социальных сетей на развитие коммуникативных способностей подростков. Научно-методический электронный журнал «Концепт», 29, 161–168. [URL:http://e-koncept.ru/2017/770833.htm](http://e-koncept.ru/2017/770833.htm).

Коммерсант (2017, 27 февраля). В России 80% детей в возрасте 4–6 лет пользуются интернетом. [URL:https://www.kommersant.ru/doc/3227981](https://www.kommersant.ru/doc/3227981)

Кон, И. С. (1979). Психология юношеского возраста (проблемы формирования личности): Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов. Просвещение.

Крушельницкая, О. Б. (2007). Подросток в системе референтных отношений: Учеб. пособие. МПСИ.

Кульчицкая, Д. Ю., Вартанов, С. А., Дунас, Д. В., Салихова, Е. А., Толоконникова, А. В. (2019). Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования. Медиаскоп, (1). [URL:http://www.mediascope.ru/2529](http://www.mediascope.ru/2529).
<https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2019.9>

Кульчицкая, Д. Ю. (2019). Специфика медиапотребления в восточной и юго-восточной Азии. МедиаАльманах, (1), 140–147.
<https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2019.140146>

Личко, А. Е. (1985). Подростковая психиатрия. (Руководство для врачей), (изд. 2). Медицина. [URL:https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/hrestomatia/59.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/hrestomatia/59.php)

Лобанова, А. В., Музыченко, Л. С. (2012). Изучение факторов, обеспечивающих психологическую безопасность личности подростков. Известия ТулГУ. Гуманитарные науки, (2), 336–347.

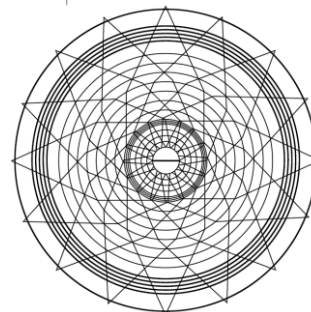
Носов, Н. А. (2000). Виртуальная психология. Труды лаборатории виртуалистики. Аграф.

Палмер, Дж., Палмер, Л. (2007). Эволюционная психология. Секреты поведения Homo sapiens. Прайм-Еврознак. [URL:https://batrachos.com/sites/default/files/pictures/Books/Palmer_Palmer_2003_E%60volyutsionnaya%20psihologiya_Sekrety%60%20povedeniya%20Homo%20sapiens.pdf](https://batrachos.com/sites/default/files/pictures/Books/Palmer_Palmer_2003_E%60volyutsionnaya%20psihologiya_Sekrety%60%20povedeniya%20Homo%20sapiens.pdf).

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



Селищева, Ю. С. (2012). Общение в Интернете как фактор социализации и развития подростка. Вестник Современного Образования, (5), 180–182. [URL:http://sociosphera.com/files/conference/2012/k-27-9-12.pdf](http://sociosphera.com/files/conference/2012/k-27-9-12.pdf).

Солдатова, Г. У., Рассказова, Е. И. (2017). «Цифровая» ситуация развития межпоколенческих отношений: разрыв и взаимодействие между подростками и родителями в Интернете. Мир психологии, (1), 134–143.

Ткачева, М. С., Хилько, М. Е. (2013). Возрастная психология: конспект лекций. Юрайт.

Филаткина, Г. С., Давлетшина, М. И. (2019). Медиапотребление молодежи: теоретический обзор исследований (на примере Испании, Бразилии, Аргентины и Мексики). МедиаАльманах, (3), 95–103. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.3.2019.95103>

Эльконин, Д. Б. (1989). Избранные психологические труды. Педагогика. [URL:http://psychlib.ru/mgppu/eit/EIT-001-.HTM#\\$p1](http://psychlib.ru/mgppu/eit/EIT-001-.HTM#$p1).

Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>

Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. American Sociological Review, 38(2), 164–181. <https://doi.org/10.2307/2094393>

Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. Journal of communication, 59(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>

Mediascope (2018). Mediascope Web Index. [URL:https://webindex.mediascope.net/](https://webindex.mediascope.net/).

Papacharissi, Z. & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44(2), 175–196. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2

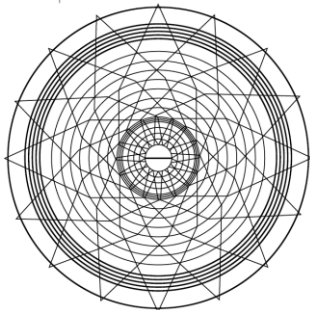
Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. Part 1. On the Horizon, 9(5), 1–6.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. Mass Communication & Society, 3(1), 3–37.

Statdata. (2020, 30 января). Города-миллионники России 2020, 2019. [URL:http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu](http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu).

Vartanova, E. L. (2013). The media and the individual: economic and psychological interrelations. Psychology in Russia: State of the Art, 6(1), 110–118. <https://doi.org/10.11621/pir.2013.0110>

Vincent, R. C. & Basil, M. D. (1997). College students' news gratifications, media use, and current events knowledge. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 41(3), 380–392. <https://doi.org/10.1080/08838159709364414>



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

THE POSSIBILITY OF SATISFYING THE BASIC PSYCHOLOGICAL NEEDS OF ADOLESCENTS WITHIN THE DIGITAL ENVIRONMENT

Tolokonnikova A.V.

Candidate of Philology, Associate Professor at the Lomonosov
Moscow State University (Moscow, Russia)
a.tolokonnikova@mail.ru

Dunas D.V.

Candidate of Philology, Leading Researcher at the Lomonosov
Moscow State University (Moscow, Russia)
dunas.denis@smi.msu.ru

Kulchitskaya D.Yu.

Candidate of Philology, Associate Professor at the Lomonosov
Moscow State University (Moscow, Russia)
diana.kulchitskaya@gmail.com

Abstract:

The article examines the possibility of satisfying the basic psychological needs of adolescents within the digital environment. The study is based on a series of in-depth interviews with youth representatives with a strong knowledge of digital technologies that became a significant part of their daily lives (a total of 18 interviews). The sample group included pupils and primary school students from Moscow, Rostov-on-Don and Nizhny Novgorod aged from 10 to 19 (born in 1999-2008).

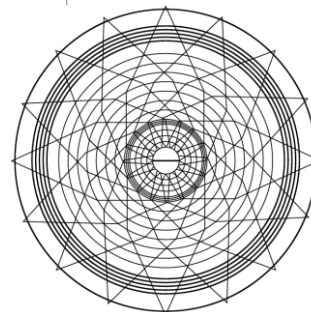
According to the most common childhood periodization in Russia by Daniel Elkonin (1989), the chosen age range allows to fully cover the period of adolescence, as well as early juvenility. This simplifies the task of comparing schoolchildren's motives in addressing the media with their basic psychological needs.

The analysis of the data received indicated that such basic needs of adolescents as desire of knowledge, pursuit of communication and grouping with peers, interest to «try on» various social roles, formation on one's self-concept, etc., today can be fully satisfied within the digital environment. This makes certain Internet resources (in particular, social networks and instant messengers) especially attractive to the young audience, as the main media and communication platforms of modern youth.

Keywords: digital generation, digital youth, psychological needs, satisfaction of needs

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*



ACKNOWLEDGMENT

The research conducted with financial support of Russian Science Foundation (project no. 18-78-10090)

REFERENCES

Babaeva, Yu. D., Voyskunskiy, A. E., Smyslova, O. V. (2000). Internet: vozdeystvie na lichnost'. A. E. Voyskunskiy (Ed.), Gumanitarnye issledovaniya v Internete (pp. 11–39). Mozhaysk-Terra. URL:<http://www.relarn.ru/human/pers.html>.

Baranova, Yu. M. (2012). Obshchenie podrozkov v sotsial'nykh internet-setyakh kak osobyby vid kommunikatsii. Nauchnye problemy gumanitarnykh issledovaniy, 4, 105–110.

Davydov, S. (2017). O «media(tiza)tsii vsego»: Sonya Livingston i ee programmaya stat'ya. Kommunikatsii. Media. Dizayn. 2(2), 146–170.

Dunas, D. V., Tolokonnikova, A. V., Cherevko, T. S. (2018). Nablyudenie za potrebleniem informatsionnogo kontenta studentami fakul'teta zhurnalistiki MGU. Mediaskop, (4). URL:<http://www.mediascope.ru/2483>.
<https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2018.1>

Dunas, D. V., Vartanov, S. A., Kul'chitskaya, D. Yu., Salikhova, E. A., Tolokonnikova, A. V. (2019). Teoreticheskie aspekty izucheniya mediapotrebleniya rossiyskoy molodezhi: k peresmotru teorii ispol'zovaniya i udovletvoreniya. Vestnik Moskovskogo universiteta, 10(2), 3–28. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2019.328>

El'konin, D. B. (1989). Izbrannye psikhologicheskie trudy. Pedagogika. URL:[http://psychlib.ru/mgppu/eit/EIT-001-.HTM#\\$p1](http://psychlib.ru/mgppu/eit/EIT-001-.HTM#$p1).

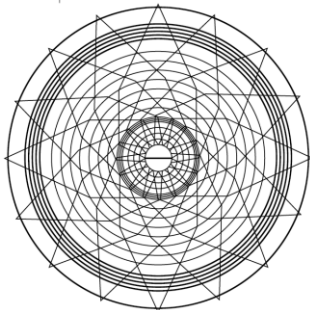
Filatkina, G. S., Davletshina, M. I. (2019). Mediapotreblenie molodezhi: teoreticheskiy obzor issledovaniy (na primere Ispanii, Brazillii, Argentiny i Meksiki). MediaAl'manakh, (3), 95–103. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.3.2019.95103>

Georgievskaya, M. (2019). Detskoe mediapotreblenie. Chto interesno yunoy auditorii v internete i na TV. Adindex.

URL:<https://adindex.ru/news/researches/2019/03/17/270654.phtml>

Gretsov, A. G. (2005). Emotsional'nye otnosheniya podrozkov so sverstnikami. L. A. Regush (Ed.), Psikhologiya sovremennogo podrozkta (pp. 62–73). Elvi-Print.

Idobaeva, O. A., Karabanova, O. A., Podol'skiy, A. I., Kheyman, P. (2011). Psikhoeffektivnoye blagopoluchie sovremennykh podrozkov i resursy ego povysheniya: opyt mezhdunarodnogo issledovaniya. Vestnik Moskovskogo universiteta, 14(2), 10–21.



[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.
*Возможности удовлетворения психологических потребностей
подростков в цифровой медиасреде*

Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>

Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181. <https://doi.org/10.2307/2094393>

Kir'yakova, N. A. (2017). Vliyanie sotsial'nykh setey na razvitie kommunikativnykh sposobnostey podrostkov. *Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Kontsept»*, 29, 161–168. URL:<http://e-koncept.ru/2017/770833.htm>.

Kommersant (2017, February 27). V Rossii 80% detey v vozraste 4–6 let pol'zuyutsya internetom. URL:<https://www.kommersant.ru/doc/3227981>

Kon, I. S. (1979). *Psikhologiya yunosheskogo vozrasta (problemy formirovaniya lichnosti): Ucheb. posobie dlya studentov ped. in-tov. Prosveshchenie.*

Krushel'nitskaya, O. B. (2007). *Podrostok v sisteme referentnykh otnosheniy: Ucheb. posobie. MPSI.*

Kul'chitskaya, D. Yu., Vartanov, S. A., Dunas, D. V., Salikhova, E. A., Tolokonnikova, A. V. (2019). Mediapotrebleniye molodezhi: spetsifika metodologii issledovaniya. *Mediascope*, (1). URL:<http://www.mediascope.ru/2529>. <https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2019.9>

Kul'chitskaya, D. Yu. (2019). Spetsifika mediapotrebleniya v vostochnoy i yugovostochnoy Azii. *MediaAl'manakh*, (1), 140–147. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2019.140146>

Lichko, A. E. (1985). *Podrostkovaya psikhatriya. (Rukovodstvo dlya vrachey), (ed. 2). Meditsina.* URL:https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/hrestomatia/59.php

Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of communication*, 59(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>

Lobanova, A. V., Muzychenko, L. S. (2012). Izuchenie faktorov, obespechivayushchikh psikhologicheskuyu bezopasnost' lichnosti podrostkov. *Izvestiya TulGU. Gumanitarnye nauki*, (2), 336–347.

Mediascope (2018). *Mediascope Web Index.* URL:<https://webindex.mediascope.net/>.

Nosov, N. A. (2000). *Virtual'naya psikhologiya. Trudy laboratorii virtualistiki. Agraf.*

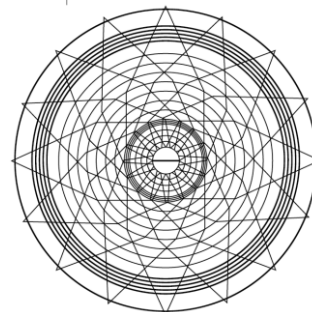
Palmer, Dzh., Palmer, L. (2007). *Evolutsionnaya psikhologiya. Sekrety povedeniya Homo sapiens. Praym-Evroznak.* URL:https://batrachos.com/sites/default/files/pictures/Books/Palmer_Palmer_2003_E%60volutsionnaya%20psihologiya_Sekrety%60%20povedeniya%20Homo%20sapiens.pdf.

Papacharissi, Z. & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175–196. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2

[Научные статьи]

Толоконникова А.В., Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю.

Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде



- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37.
- Selishcheva, Yu. S. (2012). Obshchenie v Internete kak faktor sotsializatsii i razvitiya podrostka. *Vestnik Sovremennogo Obrazovaniya*, (5), 180–182. [URL:http://sociosphera.com/files/conference/2012/k-27-9-12.pdf](http://sociosphera.com/files/conference/2012/k-27-9-12.pdf).
- Soldatova, G. U., Rasskazova, E. I. (2017). «Tsifrovaya» situatsiya razvitiya mezhpokolencheskikh otnosheniy: razryv i vzaimodeystvie mezhdu podrostkami i roditelyami v Internete. *Mir psikhologii*, (1), 134–143.
- Statdata. (2020, January 30). Goroda-millionniki Rossii 2020, 2019. [URL:http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu](http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu).
- Tkacheva, M. S., Khil'ko, M. E. (2013). *Vozrastnaya psikhologiya: konspekt lektsiy*. Yurayt.
- Vartanov, S. A., Gureeva, A. N., Dunas, D. V., Tkacheva, N. V. (2016). K voprosu o teoreticheskom ponimanii novostey v tsifrovuyu epokhu: transformatsiya struktury, sil vliyaniya, zhiznennogo tsikla. *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 10(3), 3–16.
- Vartanova, E. L. (2001). *Novye problemy i novye priority tsifrovoy epokhi*. *Informatsionnoe obshchestvo*, (3), 50–56.
- Vartanova, E. L. (2013). The media and the individual: economic and psychological interrelations. *Psychology in Russia: State of the Art*, 6(1), 110–118. <https://doi.org/10.11621/pir.2013.0110>
- Vartanova, E. L. (2015). *Sovremennye rossiyskie issledovaniya SMI: obnovlenie teoreticheskikh podkhodov*. *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 10(6), 5–26.
- Vartanova, E. L. (2019). *Ot teorii zhurnalistiki k teorii media*. E. L. Vartanova (Ed.) *Dinamika mediaissledovaniy v sovremennoy Rossii*. Izd-vo Mosk. un-ta; Fak. zhurn. MGU.
- Vincent, R. C. & Basil, M. D. (1997). College students' news gratifications, media use, and current events knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(3), 380–392. <https://doi.org/10.1080/08838159709364414>