Елена Александровна Самсонова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

elena.girl@inbox.ru

**CМИ молодежных субкультур (на примере ролевых интернет-изданий)**

Рассматриваются основные способы формирования субкоммуникации в ролевых средствах массовой информации. Делается акцент на том, что данный тип СМИ является продуктом интеллектуальной и творческой деятельности пользователей, идентифицирующих себя с молодежной субкультурой ролевиков.

Ключевые слова: социальные сети, средства массовой информации, ролевые СМИ, субкоммуникация, субкультура.

Молодежные субкультуры вызывают большой исследовательский интерес в научном сообществе. При всем многообразии трактовок понятия «субкультура» мы будем понимать под ним «особую форму организации людей (чаще всего молодежи) – автономное целостное образование внутри господствующей структуры, определяющее стиль жизни и мышления ее носителей, отличающееся своими обычаями, нормами, комплексами ценностей и даже институтами» [2: 336]. Одной из важных предпосылок формирования субкультур является противоречивая психология молодых людей, которые стремятся отгородиться от внешнего мира, но в то же время для них чрезвычайно важна коммуникация с единомышленниками – с теми, кто обладает схожими интересами.

Развитие информационно-коммуникационных технологий способствует продвижению молодежных субкультур в виртуальном пространстве. В первую очередь речь идет о социальных сетях, наиболее активными пользователями которых являются молодые люди. Показательной нам представляется трансформация субкультуры ролевиков, традиционно принимавших участие в ролевых играх живого действия и выступавших в качестве актеров, отыгрывая действия своих персонажей [1]. В процессе социально-сетевой коммуникации ролевые игры приобрели форму отыгрыша действий посредством создания медиатекстов, носящих вербально-визуальный характер и создающих модель заданной ситуации.

Ролевая коммуникация в социальных сетях представлена несколькими формами и не ограничивается непосредственно ролевыми играми. Она также предполагает освещение основных событий ролевого мира тематическими средствами массовой информации и обсуждение этих событий пользователями. В отличие от непосредственно ролевых игр ролевые СМИ не оказываются в фокусе внимания исследователей, что позволяет нам обратиться к этой форме коммуникации.

Исследование проводилось на материале ролевых СМИ Megale Du Nama и Millenium, являющих собой группы (сообщества) в социальной сети ВКонтакте. Выбор обусловлен тем, что ключевым для обоих СМИ является новостной контент, который и был нами проанализирован.

Проведенное исследование показало, что редакция Millenium не относит свое сообщество к какому-либо конкретному типу СМИ, называя его просто ролевым СМИ. В то же время можно сделать вывод о том, что сотрудники редакции стремятся создать подобие сетевой газеты, публикующей сводку новостей.

Намного интереснее ситуация обстоит с сообществом Megale Du Nama, поскольку на протяжении длительного времени (с момента создания в 2019 году) оно позиционировало себя как телеканал ролевого мира и строило свои выпуски по типу новостных телепередач (своего рода имитация новостного выпуска на телевидении посредством вербальной и визуальной семиотических систем, при этом аудиовизуальный контент, присущий телевидению, не использовался). В сентябре 2022 года был проведен ребрендинг названного средства массовой информации, в результате чего оно приобрело статус интернет-СМИ и, публикуя подборки новостей ролевого мира, стало схоже с Millenium.

Ролевое СМИ – это продукт интеллектуальной и творческой деятельности пользователей, идентифицирующих себя с субкультурой ролевиков. Любая субкультура предполагает формирование субкоммуникации, в связи с чем целью нашего исследования стало изучение способов формирования субкоммуникации в названных ролевых СМИ. Нами было выявлено, что она формируется на дискурсивном, тематическом, лексическом и семиотическом уровнях. Отметим, что после проведения ребрендинга Megale Du Nama особенности формирования субкоммуникации в рассмотренных нами ролевых средствах массовой информации стали схожими, в то время как до него они имели значительные различия.

Литература

1. Писаревская Д. Б. Ролевые игры: пример «социализации» субкультуры // Этнографическое обозрение. 2008. № 1. С. 8–18.

2. Современная западная социология: словарь / сост. Ю. Н. Давыдов. М., 1990.