

УДК 316.77

СОВРЕМЕННЫЕ УГРОЗЫ МЕДИАТИЗАЦИИ В ОЦЕНКЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

А. А. Морозова

Челябинский государственный университет, г. Челябинск

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда
(проект № 16-18-02032)*

В статье рассматривается вопрос воздействия медиатизации на современного человека. Цель исследования заключается в выявлении посредством мнения аудитории степени влияния медиатизации как на личность отдельного человека, так и на общество в целом. В качестве материала исследования выступили результаты социологического опроса пользователей социальной сети «ВКонтакте» (N=500). Было выявлено, что медиа формируют жизненные принципы современного человека и его культурные ценности, а также стирают границы национальной идентичности личности, навязывают определенные стереотипы; современная аудитория медиа, вне зависимости от своих предпочтений и собственного уровня культуры, иногда вынуждена приспособливаться и жить по законам, существующим в медиапространстве. По итогам исследования были описаны основные проблемы негативного воздействия медиа на аудиторию.

Ключевые слова: медиатизация, медийные угрозы, влияние медиа, общество, социологический опрос, социальная сеть.

В эпоху медиатизации наблюдается существенное влияние масс-медиа как на все сферы жизни общества, так и на личность каждого индивида. Специалисты различных направлений научной деятельности исследуют проблемы так называемой экологии медиасреды: изучают способы безопасного и рационального использования коммуникативных ресурсов аудиторией, воздействие виртуальной среды на реалии жизни. Например, Г. Г. Почепцов отмечает, что «...все же самой главной идеей медиатизации следует признать обратное влияние медиа на социальные институты <...> то есть не только жизнь влияет на медиа, но и медиа влияют на реальность. Все это придает совершенно иной статус медиа и медиареальности. Они отнюдь не являются чем-то факультативным по отношению к реальности. Они удерживают эту реальность в определенных параметрах, а также создают ее при определенных условиях» [6]. Плотная связь между медиатизацией и реальностью подразумевает создание определенных ценностных установок, влияющих на личностные характеристики, коммуникативные стратегии и поведенческие реакции. Данный вопрос рассматривается такими учеными как В. В. Смеюха [7], Т. Л. Каминская [5], М. Р. Арпентьева [1] и др. Стоит предположить, что медиа не только формируют жизненные принципы современного человека и его культурные ценности, но также стирают границы национальной идентичности личности, навязывают определенные стереотипы, а современная аудитория медиа, вне зависимости от своих предпочтений и собственного уровня культуры, вынуждена приспособливаться и жить по законам, существующим в медиапространстве. Зачастую такое влияние медиа может оказаться негативным, поскольку «...массовая аудитория воспринимает медиаинформацию как продукт, не придавая значения его функционально-смысловой направленности, что превращает аудиторный сегмент в объект информационных атак» [7].

Тематике отрицательного воздействия медиа на общество посвящен ряд исследований. К примеру, в рамках проекта «Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов» (факультет коммуникаций, медиа и дизайна ВШЭ), исследователями были сформулированы 33 медиаугрозы, которые могут оказать воздействие на общество [4. С. 163–166]. В качестве метода исследования был выбран социологический опрос различных категорий жителей десяти городов России. По его результатам были выявлены основные медиаугрозы для современного общества: «тролли» (2), визуализация (7), психологическая зависимость (8), вторжение в частную жизнь (9), киберпреступность (15) и др. Используя принципы и методику данного исследования, а также результаты анализа влияния медиасреды, описанные в работах других ученых [1; 5; 6; 7], нами был составлен собственный список факторов, большинство из которых представлено в виде медийных угроз. Цель – изучить посредством мнения аудитории степень влияния медиатизации на личность человека и общество в целом. В качестве материала исследования выступили результаты социологического опроса пользователей социальной сети «ВКонтакте» в количестве 500 человек. Подобная аудитория респондентов была выбрана не случайно, поскольку сегодня особое воздействие на современное общество оказывают именно социальные сети. При этом в России «ВКонтакте» находится на первом месте среди всех посещаемых сайтов [3]. Как пишут на странице администрации сайта «ВКонтакте – самый посещаемый ресурс русскоязычного сегмента сети Интернет. Каждый день на сайт заходят более 95 млн. человек, всего зарегистрировано более 340 млн. пользователей» [2].

Возраст респондентов составил от 12 до 60 лет и распределился следующим образом: 12–17 лет – 7.6 %, 18–22 года – 45.8 %, 23–30 лет – 28.4 %, 31–40 лет – 13.8 %, 41–50 лет 3.4 %, 51 год и старше – 1 %. В исследовании участвовали как мужчины (46 %), так и женщины (54 %). Опрошенным было предложено оценить каждый фактор влияния по 10-балльной шкале (где 10 – полностью согласен с утверждением, 1 – полностью не согласен). Опишем подробно полученные результаты.

1. *Современные медиа формируют основные жизненные принципы современного человека* – средний полученный балл составил 6,3. Наибольшее количество респондентов оценили данный фактор на 8 баллов (18 %) и 5 баллов (17,4 %). Полное или частичное несогласие с данной формулировкой выразили около 10 % опрошенных (поставив от 1 до 3 баллов). Табл. 1.

2. *Современные медиа формируют культурные ценности современного человека* – средний балл 6,5. Популярными оценками стали 7 (17,8 %) и 8 баллов (15,8 %). Полное или частичное несогласие с данной формулировкой выразили также около 10 % опрошенных. Табл. 2.

3. *Современные медиа подменяют традиционные ценности на сомнительные ценностные ориентиры* – средний балл 6,8. В отличие от предыдущих факторов, данную угрозу на максимальный балл (10) оценили 18,4 % (наиболее популярная оценка). Табл. 3.

4. *Медиа можно обвинить в разрушении культурных ценностей современного общества* – средний балл 6,2. При этом мнения респондентов кардинально разделились. Максимальный балл (10) выбрали 17 % (наиболее популярная оценка), а близкие к нему 9 баллов всего 6,8 %. Таким образом, в данном вопросе можно отметить поляриность точек зрения. Табл. 4.

5. *Медиа можно обвинить в разрушении языковой культуры современного общества* – средний балл 6,2. Самый популярный балл 10 (полное согласие), 1-2 балла (полное несогласие) поставили всего чуть более 10 % опрошенных. Табл. 5.

6. *Социальные сети стирают границы национальной идентичности личности* – средний балл 5,9. В данном вопросе также самая востребованная оценка составила 10 баллов несмотря на то, что средний балл оценки утверждения не очень высокий. Таким образом, мнения опрошенных разделились на противоположные. Второй по популярности ответ явился нейтральным и составил 5 баллов (14 %). Табл. 6.

Современные медиа формируют основные жизненные принципы современного человека		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
8	18	90
5	17.4	87
7	15.6	78
6	12.8	64
10	9.4	47
4	8.8	44
9	6.8	34
3	5	25
1	3.8	19
2	2.4	12
	Итого:	500

Табл. 1

Современные медиа формируют культурные ценности современного человека		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
8	17.8	89
7	15.8	79
6	12.2	61
10	12	60
5	11.8	59
9	8.8	44
4	7.8	39
3	6.2	31
1	3.8	19
2	3.8	19
	Итого:	500

Табл. 2

Современные медиа подменяют традиционные ценности на сомнительные ценностные ориентиры		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
10	18.4	92
7	15.2	76
8	15	75
5	12.6	63
9	11.8	59
6	9	45
4	6.6	33
3	5.2	26
1	3.4	17
2	2.8	14
	Итого:	500

Табл. 3

Медиа можно обвинить в разрушении культурных ценностей современного общества		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
10	17	85
5	15.6	78
8	11.8	59
6	11.4	57
7	10.8	54
4	9.4	47
3	7.2	36
9	6.8	34
1	5.8	29
2	4.2	21
	Итого:	500

Табл. 4

Медиа можно обвинить в разрушении языковой культуры современного общества		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
10	16.6	83
8	12.4	62
6	12	60
7	11.6	58
5	10.6	53
3	8.6	43
4	8.4	42
9	7.8	39
1	7.2	36
2	4.8	24
	Итого:	500

Табл. 5

Социальные сети стирают границы национальной идентичности личности		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
10	14.2	71
5	14	70
7	12.2	61
8	11.6	58
6	10.6	53
3	9	45
1	7.8	39
4	7.8	39
9	7.6	38
2	5.2	26
	Итого:	500

Табл. 6

7. *Современные медиа навязывают стереотипы и категорически не приемлют иной точки зрения* – средний балл 6,3. Несогласие с данным утверждением (1-3 балла) было отмечено респондентами достаточно редко. Табл. 7.

8. *Неограниченные коммуникативные возможности негативно сказываются на формировании личности в ее моральном и культурном контексте* – средний балл 5,1. Данная угроза набрала наименьшее число баллов из всех десяти факторов влияния медиатизации. Максимальное количество баллов (полное согласие) поставило лишь незначительное число респондентов, при этом полное несогласие (1 балл) стало одним из самых популярных ответов (12,2 % опрошенных). Табл. 8.

Современные медиа навязывают стереотипы и категорически не приемлют иной точки зрения		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
5	15.4	77
4	11.4	57
6	11.4	57
7	10.8	54
10	10.6	53
8	9.4	47
3	9	45
1	7.8	39
9	7.6	38
2	6.6	33
	Итого:	500

Табл. 7

Неограниченные коммуникативные возможности негативно сказываются на формировании личности в ее моральном и культурном контексте		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
5	15.4	77
1	12.2	61
3	11.6	58
4	10.8	54
8	9.8	49
7	9	45
6	8.8	44
10	8.8	44
2	8.4	42
9	5.2	26
	Итого:	500

Табл. 8

9. *На смену массовой культуре XX века пришел еще более негативный тип культуры, который пропагандирует вседозволенность, пороки становятся достоянием личности* – средний балл 6,3. Данное утверждение из всех перечисленных угроз было оценено максимальным количеством респондентов на 10 баллов (полное согласие с утверждением) – пятой частью опрошенных (21,2 %). Табл. 9.

10. *Современные пользователи социальных медиа вне зависимости от своих предпочтений и собственного уровня культуры вынуждены приспосабливаться и жить по законам, существующим в сети* – средний балл 5,3. Данному утверждению в основном была дана нейтральная оценка в виде пяти баллов, при этом полное согласие (9-10 баллов) выразили всего 12 % опрошенных, остальные баллы распределились между респондентами практически поровну. Табл. 10.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы о воздействии медиа на аудиторию.

Абсолютно все десять предложенных факторов воздействия медиатизации на общество были оценены опрошенными выше среднего балла, то есть можно утверждать, что в целом респонденты согласны со всеми данными утверждениями.

Наибольшее количество респондентов максимально согласилось с тем, что сегодня медиа сформировали новый тип культуры, который открыто пропагандирует вседозволенность как достояние личности; также отметили проблему подмены ценностей, разрушении их в прежнем виде и увидели актуальность вопроса снижения языковой культуры. Таким образом, медиа оказывают негативное влияние на нравственную культуру общества и его лингво-коммуникативную среду. При этом пользователи наряду с отрица-

тельным воздействием видятся явные преимущества неограниченных коммуникативных возможностей современных медиа.

На смену массовой культуре XX века пришел еще более негативный тип культуры, который пропагандирует вседозволенность, пороки становятся достоянием личности		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
10	21.2	106
8	11.4	57
7	10.6	53
5	10.4	52
1	10.2	51
9	8.8	44
4	8.4	42
6	7.4	37
3	6.6	33
2	5	25
	Итого:	500

Табл. 9

Современные пользователи социальных медиа вне зависимости от своих предпочтений и собственного уровня культуры вынуждены приспосабливаться и жить по законам, существующим в сети		
Количество баллов	Количество ответивших в %	Количество ответивших чел.
5	15.2	76
8	11.8	59
7	11.6	58
1	10.8	54
6	10.4	52
2	9.6	48
4	9.2	46
3	8.8	44
10	8.6	43
9	4	20
	Итого:	500

Табл. 10

Стоит также предположить, что пользователи социальных медиа не столько вынуждены приспосабливаться и жить по законам, существующим в сети, сколько пытаются внести в медиaproстранство свои предпочтения и внедрить собственный уровень культуры.

Полученные выводы, во-первых, ставят вопрос о необходимости повышения общего уровня медийной грамотности и компетентности потребителей медиа, что позволит им определять реально существующие медиаугрозы и предпринимать действия, способствующие защите от них. Во-вторых, о необходимости повышения нравственного и языкового уровня пользователей, поскольку сегодня, в эпоху социальных медиа, аудитория является одновременно создателем и транслятором медийного контента, а значит сама формирует степень общей культуры, ценностей и информационную повестку медиасреды.

Список литературы

1. Арпентьева, М. Р. Нравственные проблемы медиатизации и когнитивные способности личности [Текст] / М. Р. Арпентьева // Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека: сборник научных статей и материалов международной конференции / Под общей редакцией Р.В. Ершовой. – 2016. – С. 28–37.
2. Аудитория ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/about> (дата обращения: 21.07.2017).
3. Аудитория пользователей Интернета в России в 2017 году составила 87 млн. человек [Электронный ресурс]. – URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/> (дата обращения: 21.07.2017).
4. Дзялошинский, И. М. Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов: монография [Текст] / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун, С. Г. Давыдов, О. С. Логунова – М.: АПК и ППРО, 2015. – 176 с.
5. Каминская, Т. Л. Медиатизация личности: коммуникативный аспект [Текст] / Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015. – Т. 1. – № 41. – С. 1–4.

6. Почепцов, Г. Г. Медиатизация и ее последствия для социального управления [Электронный ресурс] / Г. Г. Почепцов. – URL: <http://psyfactor.org/lib/media25.htm>.

7. Смеюха, В. В. Медиатизация общества: проблемы и последствия [Текст] / В. В. Смеюха // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – Т. 27. – № 18. – С. 38–42.

CONTEMPORARY THREATS OF MEDIATIZATION ESTIMATED BY USERS OF SOCIAL NETS

A. A. Morozova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, roxfan@rambler.ru

The article considers the question of influence of mediatization on a contemporary human being. The purpose of research is to reveal the degree of influence of mediatization on the personality of a human being and the society in the whole through the audience opinion. The material of the research includes the results of sociological survey of the social net “VKontakte” users (N=500). It was revealed that media form life principles of a contemporary person and his cultural values, and also destroy the margins of personal national identity and imply certain stereotypes; contemporary media audience in spite of preferences and cultural level has to accommodate to the laws existing in media space. Basic problems of negative influence of media on the audience were described as the result of the research.

Keywords: mediatization, media threats, media influence, society, sociological survey, social net.

References

1. Arpent'eva, M. R. (2016) *Nravstvennyye problemy mediatizatsii i kognitivnye sposobnosti lichnosti* [=Moral problems of mediatization and cognitive abilities of a person], in: *Tsifrovoye obshchestvo kak kul'turno-istoricheskiy kontekst razvitiya cheloveka: sbornik nauchnykh statey i materialov mezhdunarodnoy konferentsii* [=Digital society as cultural and historic context of human development: collection of scientific articles and materials of international conference], pp. 28–37. (In Russ.).

2. *Auditoriya VKontakte* [=VKontakte audience], available at: <http://vk.com/about>, accessed 21.07.17. (In Russ.).

3. *Auditoriya pol'zovatelej Interneta v Rossii v 2017 godu sostavila 87 mln. chelovek* [=Internet users' audience in Russia in 2017 made up 87 million people], available at: <http://media-scope.net/press/news/744498/>, accessed 21.07.17. (In Russ.).

4. Dzyaloshinskiy, I. M. (2015) *Ekologiya mediasredy: problemy bezopasnosti i ratsional'nogo ispol'zovaniya kommunikativnykh resursov: monografiya* [=Ecology of media space: problems of safety and rational usage of communicative resources: monograph], Moscow, 176 p. (In Russ.).

5. Kaminskaya, T. L. (2015) *Mediatizatsiya lichnosti: kommunikativnyy aspekt* [=Mediatization of personality: communicative aspect], in: *Mir lingvistiki i kommunikatsii: elektronnyy nauchnyy zhurnal* [=World of linguistics and communication: digital scientific magazine], Volume. 1, Issue 41, pp. 1–4. (In Russ.).

6. Почепцов, Г. Г. *Mediatizatsiya i ee posledstviya dlja social'nogo upravleniya* [=Mediatization and Its Consequences for Social Management], available at: <http://psyfactor.org/lib/media25.htm>, accessed 15.10.2016. (In Russ.).

7. Smeyukha, V. V. (2015) Mediatizatsiya obshchestva: problemy i posledstviya [=Mediatization of society: problems and consequences], in: *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [=Scientific journal of Belgrad state university. Humanitarian sciences], Volume 27, Issue 18, pp. 38-42. (In Russ.).

Морозова Анна Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, директор Учебно-научного центра медиаобразования, Челябинский государственный университет.
roxfan@rambler.ru