

МЕДИАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРОБЛЕМА

О. Н. Савинова

*Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет
им. Н. И. Лобачевского,
пр-т Гагарина, 23, 603022, г. Нижний Новгород, Россия,
508@bk.ru*

Рассматриваются вопросы медиатизации общества; обращается внимание на влияние современных интернет-коммуникаций на молодых пользователей, в частности, на примере популярного приложения TikTok прослеживается активное информационное воздействие на личность. Подчеркивается необходимость возрастания роли высшей школы, экспертного сообщества, творческой интеллигенции, авторитетных медийных фигур в процессе формирования ценностных установок и мировоззренческих позиций у молодежи.

Ключевые слова: медиатизация; интернет; приложение TikTok; молодежь; нравственные ориентиры; мировоззрение.

MEDIATIZATION OF SOCIETY AS A RESEARCH PROBLEM

O. N. Savinova

*National Research Lobachevsky Nizhny Novgorod State University,
23, Gagarin Ave., 603022, Nizhny Novgorod, Russia
Corresponding author: O. N. Savinova (508@bk.ru)*

In the article the issues of mediatisation of society are considered; attention is drawn to the impact of modern Internet-communications on young users; particularly, on the example of popular social media service TikTok there is an active informational influence on a personality. The need to increase the role of higher education, the expert community, creative intelligentsia, authoritative media people in the value formation process and worldview positions among young people is emphasized.

Key words: mediatisation; Internet; social media service TikTok; young people; moral guidelines; worldview.

Развитие коммуникационных и информационных технологий в конце XX в. привело к новым формам взаимодействия общества и медиа. Знание – сила и вечный движитель социально-экономического развития постиндустриального общества. Безграничный доступ к информации повышает качество жизни. Но, как известно, благами цивилизации важно умно распорядиться.

Интернет, по оценкам специалистов, последний (пока) технологический прорыв в межличностных связях, сочетает достоинства предшественников (телеграфа, телефона, радио и телевидения) – преодоление расстояния и охват массовой аудитории – с инновационными функциями, как относительная анонимность, возможность общения. Легкость и дешевизна создания и копирования информации привлекательны для пользователей. Так, уже в 2004 г. хранилище данных Google составило в 1000 раз больше, чем печатное собрание Библиотеки Конгресса. Поиск информации и электронная почта – основные онлайн-действия взрослых, а общение и развлечения привлекают молодых.

Новые медиа интерактивны. Сайты социальных сетей превратили доверительные беседы с глазу на глаз в общение «многих с многими», интернет упрощает и демократизирует контакты. Пользователи объединяются по интересам, для самопомощи, обмена опытом и новостями; меняют содержание и становятся «демиургами» информации социальных медиаплатформ, отменяя монополию государственных СМИ. Сеть озадачивает общественность, и особенно семьи подростков, профессионалов и правительства. Повсеместное пришествие интернета побудило новую волну исследований, и, в частности, на первый план выдвинулась медиатизация общества как исследовательская проблема.

Вопросов для пристального внимания теоретиков и практиков СМИ достаточно. Исследователи указывают на необходимость глубинного анализа нынешнего состояния журналистики; процесса аберрации ее образовательной и воспитательной функции; кризиса духовности в медийном пространстве (Б. Я. Мисонжников [1, с. 15]), гипертрофированного развития функции релаксации; явления «вуайеризма» (Т. И. Фролова [2, с. 90–91]) на российском телевидении. Среди вопросов, требующих, на наш взгляд, исследовательского внимания, актуализировались, связанные с гипертрофированной увлеченностью интернетом молодой аудитории и с влиянием этой зависимости на формирование ее ценностных ориентиров.

Говоря о роли интернета, подчеркнем, что она для активнейших потребителей сети двоякая: провоцирующая и полезная, в чем ее «парадокс».

Так, сегодня поколение молодых является активными пользователями набирающего популярность во всем мире приложения ТiкТок, которое формирует новые общественные ценности.

Мы собрали некоторые соображения по поводу набирающего популярность приложения, высказанные в социальных сетях.

ТiкТок напрямую управляет людьми, превращая массы пользователей в подобие пчелиного роя.

Приложение направлено на сужение круга интересов подростков и их социальных потребностей, чтобы подрастающее поколение было привязано к устройствам, еще более зависело от них и совсем не отрывалось от гаджетов.

Приобщение молодежи к цифровым технологиям ведет к выведению нового биологического вида Homo Digital (Человек Цифровой). Этот биологический вид – всего лишь продолжение электронного устройства, без разума и воли, совести и сострадания, без нравственности.

Приложение направлено на захват всего свободного времени школьников и студентов.

Популярное приложение ТiкТок, рассчитанное на молодежную аудиторию, пропагандирует глупость, пошлость, отклонения от половой принадлежности, направлено на формирование у подростков нарциссизма (самолюбования), инфантилизма.

Социальная сеть ТiкТок прививает пользователям *иллюзию успешности*: счастлив и успешен тот, у кого много подписчиков и кто набрал больше лайков под своим мимолетным видео, которое чем глупее и пошлее, тем круче.

В ТiкТок огромная часть контента – это челленджи (вызов «делай, как я»), в которых запускаются так называемые вирусные задания, когда блогер выполняет на камеру трюк, например, выливает на себя ведро холодной воды и предлагает аудитории повторить за ним. Так происходит формирование у детей и подростков обезьяньего инстинкта – привычки подражать. Увидел – повтори. Такое машинальное повторение чужих действий приучает к подчинению чужой воле, что создает легко манипулируемого человека, лишённого критического мышления.

Недавно в Италии временно заблокировали ТiкТок после того, как погибла 10-летняя девочка, участвовавшая в челлендже: кто дольше продержится, затянув ремнем шею [3].

ТiкТок – одно из направлений пранк-индустрии. Пранк – от англ. prank – розыгрыш, шутка. Целью данных видеороликов является запе-

чатление реакции на выходку пранкера. Очень часто эти проказы небезобидны: глумление, нарушение преконтактной зоны.

В условиях активного развития нового цифрового общества информационное воздействие на личность приобретает глобальные масштабы: интернет оказывает влияние на ценностные установки и ориентации, духовный мир человека. При этом человек с твердыми убеждениями способен противостоять технологиям информационной войны; люди же с неустойчивыми мировоззренческими ценностями больше подвержены манипулированию. Особенно уязвимой в условиях информационного навязывания чуждых идеалов и ценностей является молодежь. На этой почве легче нагнетается обстановка, провоцируются конфликты и массовые акции. Как отмечает петербургский исследователь С. В. Курушкин, «ценностная интерпретация политических событий сетевыми сообществами может привести к выводу сообществ за пределы сетевого пространства и радикальному вмешательству в политическую жизнь общества» [4, с. 4]. Молодежь, студенты становятся питательной средой для «бузы».

Среди необходимых мер многие специалисты предлагают административными и законодательными мерами оградить пользователей интернета от вредной для общества и государств информации. Но, на наш взгляд, необходимо обратить внимание не только на внешнюю защиту человека, но и на его внутреннюю, т. е. на развитие ценностных установок, мировоззренческих позиций. И здесь свое веское слово должны сказать высшая школа, представители творческой интеллигенции, авторитетные медийные лица.

Библиографические ссылки

1. *Мисонжников Б. Я.* Духовность как предмет интенции массмедиа // Кризис духовности в медиaprостранстве: материалы науч.-практич. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникационных процессов». СПб.: С-Петерб. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2012. 286 с.
2. *Фролова Т. И.* Частная жизнь на телеэкране: троллинг как эстетическая платформа // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 57-го междунар. форума 19–20 апреля 2018 г. Т. 1. СПб., 2018. С. 90–91.
3. В Италии частично заблокировали TikTok после гибели ребенка. 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/600b51009a7947209122ded9> (дата обращения: 02.06.2021).
4. *Курушкин С. В.* Ценностно-политический дискурс сетевых сообществ (на примере материалов Интернет-СМИ): дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2017. 166 с.