

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЫ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ МЕДИА В КИТАЕ

С. В. Снапковская

Ли Вэйвэй

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Беларусь,
snapkovskaya@bsu.by
757132551@qq.com*

Работа рассматривает трансформационные процессы в молодежной среде Китая под влиянием цифровых медиа. Авторы подчёркивают, что развитие технологий изменило способы коммуникации и восприятия информации среди молодежи, сделав её более активным участником процесса. Цифровые медиа предлагают новые формы самовыражения, создают широкие возможности для социализации и расширяют кругозор молодых людей.

Ключевые слова: цифровые медиа; молодежь; социализация; культурные ценности.

TRANSFORMATION PROCESSES OF THE YOUTH ENVIRONMENT IN THE AGE OF DIGITAL MEDIA IN CHINA

S. V. Snapkovskaya

Li Weiwei

*Belarusian State University, Nezavisimosti Av.,4, 220030, Minsk, Belarus,
snapkovskaya@bsu.by
757132551@qq.com*

The paper examines the transformation processes in the youth environment of China under the influence of digital media. The authors emphasize that the development of technology has changed the ways of communication and perception of information among young people, making them a more active participant in the process. Digital media offer new forms of self-expression, create broad opportunities for socialization and expand the horizons of young people.

Keywords: digital media; youth; socialization; cultural values.

Медиа являются символом, на который люди полагаются для обмена информацией. С непрерывным развитием технологий медиа стали демонстрировать тенденцию к диверсификации, что и вызвало появление различных медийных платформ. Так, в 1982 году компания Sony выпустила компакт-диск (CD), который быстро стал международным стандартом и открыл эру цифровых аудиотехнологий [1]. Медиа имеют более широкую и разнообразную значимость. Во-первых, это материальные объекты, обладающие функцией передачи информации, во-вторых, это социальные организации, участвующие в сборе, обработке, создании и распространении информации, например, медиаорганизации. В эпоху цифровых сетей с развитием интернета и цифровых технологий формы цифровых медиа отличаются от традиционных медиа. Их появление кардинально изменило способы передачи и восприятия информации. Цифровые медиа – это средство распространения информации, которое использует компьютер в качестве носителя и имеет основной способ распространения информации. Этот вид медиа включает в себя множество форм, таких как изображения и текст. Однако эпоха цифровых медиа отличается от эпохи традиционных медиа. В эпоху традиционных медиа формы передачи и платформы были относительно однородными и не включали интеграцию различных средств передачи, что привело к различиям между традиционными и современными медиа.

В широком смысле цифровые медиа являются технологическим продолжением информационного общества или цифровым способом распространения информации, охватывающим социальные медиа, push-медиа, интерактивные медиа и популярные медиа. В узком смысле цифровые медиа – это форма представления информации. Основные характеристики цифровых медиа можно определить двояко: с одной стороны, с технологической точки зрения, цифровые медиа как форма программного обеспечения обладают такими чертами, как модульность, гиперссылки, цифровизация, интеллектуальный отклик и распределенность. С другой стороны, с точки зрения пользователей, цифровые медиа характеризуются участием, виртуальностью, погружением и интерактивностью. Цифровые медиа означают новую форму искусства, объединяющую интеллектуальные и художественные мысли современных медиа и цифровых технологий. Они сопровождаются тенденцией слияния цифровых технологий и художественного дизайна конца двадцатого века, формируя новую междисциплинарную и художественную инновацию. Это новая форма художественного поведения, включающая создание, загрузку и распространение, признание и критику, что приводит к глубоким изменениям в восприятии искусства, в осмыслении его опыта и способов мышления.

Эпоха цифровых медиа характеризуется высокой степенью интерактивности. В условиях массовой передачи информации через цифровые медиа аудитория переходит от пассивного восприятия информации к активному восприятию. Информация о произведениях и аудитория взаимно влияют друг на друга и взаимодействуют. В определенной степени интерактивность эпохи цифровых медиа изменила традиционные формы медиаразпространения.

Эпоха цифровых медиа также характеризуется динамичностью. Технологии цифровых медиа и средства распространения информации способствуют обработке и развитию динамики, ускоряя эволюцию трехмерной динамичности. Сравнивая двухмерное статичное распространение и трехмерное динамичное распространение с различных углов, можно отметить, что динамичные визуальные выражения более привлекательны для аудитории и обладают более широким охватом.

Широкое применение цифровых медиа существенно изменило образование и жизнедеятельность молодого поколения. Молодые люди перестали быть пассивными объектами образования и слушателями информации, став активными распространителями знаний и информации. Молодежь в этом возрасте обладает высокой способностью воспринимать новшества, быстро осваивать и активно использовать новые медиа. Согласно данным авторитетного медиа-исследования CSM, молодежь в возрасте от 18 до 30 лет является основной аудиторией аудиовизуальных медиа в настоящее время [2]. Молодежь, как "поколение сети" и "цифровые аборигены", значительно отличается от других поколений благодаря технологическим изменениям и культурным преобразованиям. Разрыв в знаниях или цифровой разрыв, возникающий из-за различий в цифровой грамотности и культурной потребительской способности между поколениями, является основной причиной выделения молодежи в современной культурной системе [3, с. 5]. В то же время влияние молодежи на культурное распространение также расширяется благодаря информационным сетям. По данным исследования Китайского исследовательского института мобильной связи за 2022 год, численность молодежи в Китае (18-35 лет) достигла 340 миллионов человек [4]. Численность цифровой молодежи составила 324 миллиона. Уровень проникновения интернета среди молодежи достиг 95,3%, что на 22,3 процентных пункта выше среднего уровня по Китаю. Молодежь также является важным вкладчиком в онлайн-торговлю, объем онлайн-розничных продаж в Китае в 2020 году достиг 11,76 триллиона юаней, что на 11% больше по сравнению с предыдущим годом. В 2022 году 27,3% молодежи ежемесячно тратили в интернете более 1000

юаней. Молодежь также выработала привычку покупать виртуальные онлайн-продукты (подписки, игры и т.д.), и только 12% молодежи никогда не покупали такие продукты. По данным исследования, в 2022 году среднее количество приложений, используемых одним молодым человеком, достигло цифры 62 [4]. Среднее ежедневное время использования цифровых медиа молодежью составляет 5,8 часа [5]. Молодежь активно участвует во всех аспектах цифровой жизни, демонстрируя высокую степень проникновения в различных цифровых сценариях, особенно в области образования и обучения, онлайн-ресторации и креативного производства. В частности, степень проникновения молодежи в социальные и интерактивные приложения составляет 97%, а в развлекательные и досуговые приложения – 93,9%. В сфере образования и обучения и креативного производства степень проникновения составляет соответственно 60,8% и 39,8% [4]. Среди молодежи студенты демонстрируют более высокую степень проникновения во все категории приложений по сравнению с работающими. В отношении времени использования приложений студенты показывают более высокие показатели в образовательных, развлекательных и креативных приложениях.

В мире новых медиа молодёжь наслаждается богатым культурным контентом, который они предоставляют, при этом их ценности и поведение также постоянно меняются. Исследование влияния новых медиа на формирование ценностей молодёжи и анализ причин этого влияния имеет важное значение для целенаправленного формирования главных культурных ценностей у молодёжи.

Развитие социализации молодежи происходит постепенно в процессе постоянного взаимодействия с внешним миром. По своей сути цифровые медиа представляют собой виртуальный мир, отражающий мир реальный. Благодаря высокочастотному и длительному участию процесс социализации молодежи в этом виртуальном мире ускоряется. Молодежь, играя различные социальные роли, адаптируется к социуму и событиям в обществе, приобретает знания и навыки, необходимые для коммуникации, превращаясь в полноценных членов общества и завершая свою социализацию. В этом процессе ценностные идеалы молодежи постепенно смещаются от акцента на идеи к акценту на реальность [6, с. 260–263]. С момента начала реформ и открытости страны экономическое развитие Китая было стремительным, и под влиянием рыночной экономики молодежь все активнее признает ценности упорного труда и прагматизма. Молодые люди предпочитают действовать решительно, все больше молодых людей отказыва-

ются слепо следовать за толпой и выкрикивать лозунги. Признавая основные ценности, они уделяют больше внимания практическим результатам и стремятся заниматься делами, которые приносят пользу их работе и жизни, думая о реальных перспективах будущего. Они также стремятся освободиться от традиционных представлений и ищут более простые и комфортные способы жизнедеятельности.

Самосознание молодежи в цифровых медиа постоянно растёт. С развитием технологий цифровой передачи информации и в условиях глобализации обмен и коммуникация между народами разных стран становятся более свободными, а обмен информацией – более удобным. Согласно опросу о мнении молодежи относительно выражения своих подлинных мыслей и взглядов в новых медиа, половина молодых людей заявили, что в большинстве случаев выражают свои реальные мысли, а 20,8% признали, что их взгляды в новых медиа ничем не отличаются от тех, что они выражают в реальной жизни [7, с. 19]. Очевидно, что в интернете молодежь охотнее выражает свои истинные мысли и делится ими с другими, реализуя свое "я" через равноправное участие и заслуживая этим уважение. Контент, распространяемый новыми медиа, включает множество культурных достижений со всего мира, что создает свободную, открытую и благоприятную культурную среду для укрепления самосознания молодежи и формирования индивидуальных ценностей. Разнообразные ресурсы новых медиа предоставляют молодежи больше возможностей для самостоятельного выбора, позволяя им выбирать информацию о спорте, музыке, кино, моде и многом другом в соответствии со своими интересами. Самосознание молодежи усиливается в процессе использования новых медиа; они больше не хотят ограничиваться установленными правилами, а предпочитают использовать свои знания и опыт для независимого мышления и формирования личных ценностей [8, с. 32]. В отличие от предыдущих поколений, молодежь в эпоху цифровых медиа уважает свою индивидуальность и стремится утвердить свою идентичность. Они подчеркивают важность социальной идентичности и самовыражения. Они не следуют слепо за модой и не отвергают существующие идеи, предпочитая оценивать и судить о ценностях в своей жизни, размышляя о том, как сбалансировать личные, государственные и коллективные интересы.

Разнообразие и оперативность цифровых медиа позволяют молодежи быстро получать информацию со всего мира. Они могут узнавать о событиях и мнениях, происходящих в различных культурных, социальных и политических контекстах, через социальные сети, видеоплатформы и онлайн-новости. Широкий доступ к информации позволяет молодежи в короткие сроки формировать независимые взгляды на события, что усиливает их критическое мышление и аналитические способности [9, с. 33–36]. Одновременно, открытость и интерактивность цифровых медиа позволяют молодежи обмениваться мнениями и общаться с людьми по всему

миру, расширяя их кругозор и способствуя культурной толерантности. В условиях всеобъемлющего влияния новых медиа пути формирования ценностей у молодежи значительно увеличились. В то же время концепции воспитания молодежных ценностей постоянно обновляются. Цифровые медиа разрушили традиционную линейную модель распространения информации, обеспечив передачу информации в режиме реального времени, двустороннюю, от одного к многим и от многих к многим, превратив пассивное восприятие в интерактивное общение, где каждый может стать главной фигурой в медиа. Кроме того, особенности цифровых медиа, такие как удобство и интерактивность, предоставляют более передовые образовательные концепции для формирования ценностей у молодежи. Во-первых, подъем цифровых медиа способствует расширению площадок для формирования социалистических ценностей у молодежи; во-вторых, цифровые медиа помогают инновационным методам обмена для воспитания молодежных ценностей; в-третьих, цифровые медиа способствуют обогащению информационных ресурсов для восприятия и признания социалистических ценностей у молодежи [10, с. 41–45].

Цифровые медиа предоставляют молодежи богатые возможности для самовыражения и творчества. Через блоги, микроблоги и платформы для коротких видео молодые люди могут демонстрировать свои таланты и индивидуальность, выражать свои мысли и чувства. Эта свобода самовыражения не только помогает молодежи укрепить уверенность в себе, но и повышает их социальную ответственность и общественное сознание. Многие молодые люди используют платформы цифровых медиа для участия в обсуждении социальных проблем и действиях, направленных на изменение общества и развитие благотворительности. Такое активное участие не только повышает их социальное влияние, но и делает их ценности более разнообразными и открытыми. В эпоху быстрого развития цифровых медиа молодежь является не только объектами влияния, но и активными участниками и творцами. Они не только потребляют контент, но и создают его, влияя на других через различные формы творчества и взаимодействия. Инновационное мышление и креативность, проявляемые молодежью в цифровых медиа, не только изменяют их собственные ценности, но и оказывают положительное влияние на культурное распространение и формирование ценностей в обществе в целом.

Библиографические ссылки

1. Рождение компакт-диска (CD): офиц. сайт. URL: <https://www.sony.com.cn/aboutsony/1214.htm> (дата обращения: 31.07.2024).
2. Отчет о многоканальных зрительских рейтингах популярных программ – телесериалы и развлекательные шоу: офиц. сайт. URL: <https://www.csm.com.cn/Content/2016/11-29/1628321847.html> (дата обращения: 31.07.2024).

3. Лю Ци. Производство аудиовизуальных развлекательных программ в условиях мультимедиа и культурная идентичность молодежи : дис. ... канд. культуролог. наук : I206 ; Китай. Цзилиньский ун-т. Цзилинь, 2022.

4. Основные данные седьмой переписи населения: офиц. сайт. URL: <https://www.stats.gov.cn/sj/pcsj/rkpc/d7c/> (дата обращения: 31.07.2024).

5. Цифровой отчет о китайской молодежи: офиц. сайт. URL: <https://13115299.s21i.faiusr.com/61/1/ABUIABA9GAAg-7bQowYosdvZqAQ.pdf> (дата обращения: 31.07.2024).

6. Снапковская, С.В., Вэйвэй Ли Sino-belarusian cultural communications and youth values in the global era материалы // III Междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 3-4 ноября 2022 г. / ред.кол.: Мысливец Н.Л. (гл.ред.) [и др.]; НАН Беларуси, Ин-т социологии НАН Беларуси. Минск : Донарит, 2022.

7. Лян Вэй. Исследование воспитания ценностей молодежи в условиях новых медиа : дис. м-ра. пед. наук ; Китай. Янцзы ун-т. Хубэй, 2017.

8. Чжан Юйян. Влияние массовой культуры на ценности молодежи и анализ причин:: дис. м-ра социол. наук; Китай. Шицзячжуанский институт железных дорог. Шицзячжуан, 2014.

9. Чжан Цунькай, Ся Вэйдун. О новациях в работе по идеологическому и политическому воспитанию в вузах в контексте новых медиа // Журнал университета Цзяньхань. 2011. № 6.

10. Хэ Жунжун, Цзян Цзясэн. О воспитании социалистических ключевых ценностей у студентов в контексте новых медиа // Образование и профессия. 2015. № 4.