

УДК 316.7

DOI: 10.18413/2408-932X-2022-8-2-0-14

Ахмед М. М. А.

**Специфика медиарепрезентации социокультурных изменений
в условиях цифровизации социума**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы,
д. 85, г. Белгород, 308015, Россия; *muhtasam.oryoly@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматриваются вопросы репрезентации в медиасреде социокультурных изменений, вызванных цифровизацией и ее воздействием на человека. Анализируются трансформации социальных взаимодействий и повседневных практик людей, связанные с активным внедрением информационно-коммуникативных технологий и распространением технических средств коммуникации. Рассматриваются вопросы формирования новой идентичности социального субъекта «Homo digitalis», которая является следствием становления цифровой эпохи и сопровождается возникновением новых социальных рисков.

Ключевые слова: цифровая реальность; социокультурные изменения; идентичность; компьютерные технологии; средства массовой информации; манипуляция общественным мнением

Для цитирования: Ахмед М. М. А. Специфика медиарепрезентации социокультурных изменений в условиях цифровизации социума // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2022. Т. 8. № 2. С. 182-187. DOI: 10.18413/2408-932X-2022-8-2-0-14

M. M. A. Ahmed

**The specifics of media representation of socio-cultural changes
in the conditions of digitalization of society**

Belgorod State National Research University, 85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia;
muhtasam.oryoly@mail.ru

Abstract. The paper presents the issues of representation in the media environment of sociocultural changes caused by digitalization and its impact on a person. The transformations of social interactions and everyday practices of people associated with the active introduction of information and communication technologies and the spread of technical means of communication are analyzed. The issues of the formation of a new identity of the social subject "Homo digitalis", which is a consequence of the formation of the digital age and is accompanied by the emergence of new social risks, are considered.

Keywords: digital reality; sociocultural changes; identity; computer technologies; mass media; manipulation of public opinion

For citation: Ahmed M. M. A. (2022), "The specifics of media representation of socio-cultural changes in the conditions of digitalization of society", *Research Result. Social Studies and Humanities*, 8 (2), 182-187, DOI: 10.18413/2408-932X-2022-8-2-0-14

Начиная со второй половины XX века активное развитие информационно-коммуникативных технологий и технических средств коммуникации оказывает воздействие абсолютно на все сферы жизни. Цифровизация стала неотъемлемой частью трансформационных процессов в науке, образовании, экономике и финансах, промышленности и других областях жизни общества. Впервые термин цифровизация был использован в 70-х гг., ввиду революции в сфере компьютерных технологий, когда аналоговые методы обработки информации сменялись на цифровые, что являлось предпосылкой масштабного преобразования всей технологической среды (Чернов, 2021: 122).

Высокая скорость цифровых преобразований интенсивно воздействует на ритм и на образ жизни людей, приводя к изменениям социальных отношений на микроуровне повседневных практик и последующей легитимации этих изменений, закреплению новой, связанной со встраиванием цифровой компоненты, «нормативности» уже на уровне социальных институтов. Создавая систему интегрированного – реального, дополненного виртуальным, – пространства, человек является и созидателем, и продуктом сформированной им среды. С одной стороны, субъект попадает под влияние на уровне физического мира цифровых технических средств, достраивающих индивидуальные возможности в плане коммуникации, анализа, обработки, обмена информацией. С другой стороны, новая символическая и нормативная среда цифровой коммуникации формирует новые интересы, потребности и виды деятельности человека.

Данный процесс привлекает внимание множества исследователей из разных отраслей знания – социологов, психологов, педагогов, философов. Понимание глубины и необратимости происходящих изменений заставляет ученых говорить о том, что становление новой цифровой эпохи сопровождается формированием нового вида человека – «Homo digitalis, или человека цифро-

вого» (Жулего и др, 2019): информационными изменениями затрагивается не только культурная среда, но и личность человека, его социальная идентичность. Маркирование данного вида идентичности транслирует озабоченность исследователей зависимостью современного человека от современных информационно-коммуникативных технологий, уровнем информационной перегруженности и «загрязненности» среды. Действительно, современного человека невозможно представить без технических средств коммуникации, ежедневного мониторинга мессенджеров и социальных сетей, без широкого спектра программных и технических средств, используемых как на работе, так и в быту. Встает вопрос о том, насколько мы способны сохранить свою субъектность в этом своеобразном симбиозе с информационно-коммуникативными технологиями. Также обозначение цифровой идентичности говорит нам и об осознании новых рисков, информационно-коммуникативных измерений социального неравенства и конфликтов социальных субъектов в условиях цифровой реальности: каково «место человека в этом искусственно-информационном пространстве и сможет ли общество управлять этой новой реальностью» (Тюриков, Большунов, 2019: 7), возможно ли преодолеть не только технологические, информационные, но и сопряженные с ними культурные разрывы.

На протяжении веков традиционными системами трансляции культуры и знаний были высшие учебные заведения, театры, музеи, библиотеки. Уже в конце XX – начале XXI вв. роль ключевого канала передачи на себя взяла медиасфера, закрепив за собой право на распространение информации. На протяжении второй половины XX века самым влиятельным и эффективным средством донесения до зрителей и слушателей информации являлось телевидение. В настоящее время выше по популярности телевизионного вещания стал интернет. Современные информационно-коммуникативные средства и платформы представляют собой интерактивные площадки

для неформального обмена информацией, идеями и опытом. Владение инструментами коммуникации становится ключевым ресурсом информационной экспансии. Происходит постепенное вытеснение лидеров экспертного мнения – деятелей культуры и искусства, представителей профессиональных, научных, образовательных элит, коммуникация с которыми требует определенного уровня подготовленности, в пользу медийных лиц, возможно, не обладающих высокой квалификацией и не имеющих формально подтвержденных экспертных статусов, но владеющих навыками пользования информационно-коммуникативными средствами. Для того чтобы эффективно пользоваться получаемой из современных медиа информацией для принятия каких-либо решений и совершения действий, от субъектов коммуникации уже требуется не пассивное восприятие готового «медиапродукта»,

а развитые аналитические и коммуникативные навыки для ее проверки и верификации. Медиаграмотность становится одной из самых востребованных компетенций. Но готово ли общество к взаимодействию в условиях новой информационной реальности? Есть ли у нас прививка критической рациональности?

По данным ВЦИОМ за 1 квартал 2021 г. (рисунок), объем телевизионной аудитории снизился почти в два раза, так как большое число россиян получают новостную информацию из различных Интернет-ресурсов. Наблюдаются существенные межпоколенческие отличия в выборе источника информации: так представители старшего поколения являются телезрителями, а молодежь телевизор почти не смотрит (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-rossijan-monitoring.03.03.2021>).



Рис. Активность пользователей в медиасфере
 Fig. User's activity in the media sphere

Традиционные СМИ не смогут конкурировать с новыми интерактивными медиа в борьбе за аудиторию в силу унификации транслируемой точки зрения, не отражающей плюрализм мнений и образов жизни различных социальных групп, представленных в социальных сетях и на иных комму-

никативных платформах. Молодые поколения, для которых цифровая среда является основным полем социальных взаимодействий, демонстрирует большую устойчивость к манипулятивным стратегиям и медиаграмотность. Соответствующая интересам аудитории социальная проблематика

передислоцируется из традиционных ригидных СМИ в новые цифровые среды. Поэтому тактика переключения аудитории с внутренней тематики на внешнюю утрачивает свою эффективность и требует разработки новых подходов, направленных на согласование социальных интересов различных групп (см.: Коноплев, 2020).

Роль социальных сетей и мессенджеров достаточно велика, и их вполне можно считать новыми институтами социализации. В процессе взаимодействия в цифровой среде создаются новые социальные нормы, действие которых может выходить за рамки виртуального пространства. Возникающие последствия виртуальных социальных действий оказываются вполне реальными и, более того, иногда не имеют территориальных и временных ограничений своего воздействия. Формируется новая культура и этика презентации себя и своей жизни в цифровых средах. Здесь, в качестве примера, можно привести и новую виртуальную профессиональную нормативность, требующую ведения рабочей коммуникации в отведенное рабочее время, и расхожую фразу о том, что «интернет помнит всё», напоминающую о материальной фиксации нашей активности в режиме 24/7.

Необходимо отметить, что образы мира, общественных и межличностных отношений, формируемые медиа, зачастую не соотносятся с условиями и фактами объективной реальности. Преследуя цель сохранения аудитории, медиа манипулируют вниманием аудитории при помощи контента, который либо отражает социально-одобряемые, поддерживаемые группами влияния престижные практики и образ жизни, либо акцентирует внимание на наиболее острых, деструктивных явлениях, конфликтах, преследуя цели изменения существующего статус-кво. К отрицательным воздействиям медиа в данном случае можно отнести распространение недостоверной, ложной, искаженной информации в интересах определенных категорий лиц. Представление такой информации в СМИ

определяет появление процесса фасцинации, то есть спланированного информационного воздействия, которое «способностью внешней формы, демонстрационного коммуникативного сигнала умеет приковывать внимание, вызывать волнующий интерес, удивление, радость, восхищение, восторг, очарование, экстаз, шок, испуг, ужас» (Поварницына, 2015: 119) (см. также: (Замараева, 2021; Абрамова, 2019)). Это повышает вероятность возникновения конфликтов, основанных на отличиях восприятия и интерпретации получаемой информации, между людьми с различным социальным и жизненным опытом. При этом необходимо отметить, что информационные виртуальные конфликты являются не менее разрушительными по своему воздействию на психику человека. Многие исследователи акцентируют внимание на опасностях социализации человека в сети Интернет, к которым они относят дезинформацию и возможные деструктивные воздействия на психическое и эмоциональное состояние, порождение таких чувств как страх, напряженность, паника (Кротов, Загутин, Самыгин, 2018). Такое воздействие является угрозой для пользователей социальных сетей, в частности еще не сформировавшихся и особо эмоциональных слоев общества – подростков и молодежной аудитории в целом.

Информационно-коммуникативные технологии играют огромную роль в нашей жизни, и влияние цифровизации будет только нарастать. Невозможно говорить об одностороннем воздействии со стороны современной цифровой среды и медиа на человека. Цифровая трансформация представляет собой процесс адаптационного взаимодействия информационно-коммуникативной среды и человека. Поэтому в качестве ключевого ресурса преодоления рисков, которые несет цифровая среда, ученые отмечают образование и просвещение, которые должны нам помочь преодолеть вызовы и искушения эпохи цифрового варварства и использовать цифровые технологии на благо человека и всего общества.

Литература

Абрамова, Е.И. Фасцинативные приемы в текстах языкового ландшафта // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6. № 4. С. 961-973. DOI 10.24147/2413-6182.2019.6(4).961-973.

Жулего, В.Г., Балякин, А.А., Нурбина, М.В., Тараненко, С.Б. Цифровизация общества: новые вызовы в социальной сфере // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 9-2. С. 36-43.

Замараева, Е.И. Социокультурные трансформации в эпоху цифровизации // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2021. Т. 11. № 1. С. 43-48. DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-1-43-48

Коноплев, Д.Э. Современные медиасистемы: кризис традиционных СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35). С. 158-162. DOI 10.24411/2070-0695-2020-10121

Кротов, Д.В., Загутин, Д.С., Самыгин, С.И. Значение сетевых структур и информационных технологий в вопросе формирования социального поведения digital поколения // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 1. С. 45-48.

Маркина, В.М. Репрезентация Других в медиа: (вос)создание стереотипов и контрстратегии изображения инаковости // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 3. С. 147-158. DOI: 10.14515/monitoring.2016.3.08

Поварницына, М.В. Фасцинативность как конститутивный признак креолизованных текстов в массовой интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 12-3. С. 151-154.

Тюриков, А.Г., Большунов, А.Я. Информационные технологии как социальный вызов XXI века // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2019. Т. 9. № 2. С. 6-11. DOI: 10.26794/2226-7867-2019-9-2-6-10

Чернов, И.В. Цифровизация как тенденция развития современного общества: специфика научного дискурса // Гуманитарий Юга России. 2021. Т. 10. № 1. С. 121-132. DOI: <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2021.1.11>

References

Abramova, E. I. (2019), "Fascination techniques in linguistic landscape texts", *Communication studies*, 6 (4), 961-973, DOI 10.24147/2413-6182.2019.6(4).961-973 (in Russ.).

Chernov, I. V. (2021), "Digitalization as a tendency of development of modern society: specificity of the scientific discourse", *Humanities of the South of Russia*, 10 (1), 121-132, DOI: <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2021.1.11> (in Russ.).

Konoplev, D. E. (2020), "Modern media systems: the crisis of traditional media", *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* [Sign: problematic field of media education], 1 (35). 158-162, DOI 10.24411/2070-0695-2020-10121 (in Russ.).

Krotov, D. V., Zagutin, D. S. and Samygin, S. I. (2018), "Value of the network structures and information technologies in the question of formation of social behavior of Digital generation" *Humanitarian, socio-economic and social sciences*, 1, 45-48 (in Russ.).

Markina, V. M. (2016), "The representation of the 'others' in media: (re)production of stereotypes and counter-strategies of othering", *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 3, 147-158, DOI: 10.14515/monitoring.2016.3.08 (in Russ.).

Povarnitsyna, M. V. (2015), "Fascination content as a constitutive feature of the creolized text in the mass internet communication", *Philology. Theory & Practice*, 12-3, 151-154 (in Russ.).

Tyurikov, A. G. and Bolshunov, A. Ya. (2019), "Information technologies as a social challenge of the XXI century", *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 9 (2), 6-11, DOI: 10.26794/2226-7867-2019-9-2-6-10 (in Russ.).

Zamaraeva, E. I. (2021) "Sociocultural transformations in the era of digitalization", *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 11 (1), 43-48, DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-1-43-48 (in Russ.).

Zhulego, V. G., Balyakin, A. A., Nurбина, M. V. and Taranenko, S. B. (2019), "Digitalization of society: new challenges in the social sphere", *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava* [Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law], 9-2, 36-43 (in Russ.).

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для деклараций.

Conflict of Interests: the author has no conflict of interests to declare.

ОБ АВТОРЕ:

Ахмед Мухтасам Мустафа Ахмед, аспирант кафедры социальной работы по направлению подготовки 39.06.01 Социологические науки, институт общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015, Россия; *muhtasam.oryoly@mail.ru*

ABOUT THE AUTHOR:

Muhtasam Mustafa A. Ahmed, Postgraduate Student of the Department of Social Work in the field of training 39.06.01 Sociological Sciences, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, 85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia; *muhtasam.oryoly@mail.ru*