

Медиа в эпоху цифровой трансформации: теории медиатизации, социальные представления и новые вызовы.

Научный руководитель – Лядова Анна Васильевна

Лысакова Анна Константиновна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: lysakova2003@gmail.com

С развитием технологий происходит трансформация коммуникационных процессов, что обусловлено не только изменением коммуникационной среды, но и ее расширением, открывающим новые горизонты для получения уникального опыта, ранее недоступного. Технологии не просто создают новые каналы взаимодействия, но и оказывают глубокое влияние на самого человека, изменяя его восприятие, поведение и способы взаимодействия с окружающим миром. Медиа, став неотъемлемой частью повседневной жизни, превратились в универсальную среду обитания современного человека [3].

С середины XIX столетия под «медиа» стали понимать процесс передачи сообщений с использованием технических устройств, таких как телеграф, телефон и радио. В свою очередь XX век стал эпохой расцвета средств массовой информации (СМИ) и средств массовой коммуникации (СМК). В этот период понятие «медиа» сузилось до категории массовой коммуникации, охватывающей прессу, радио, телевидение и позднее – Интернет. Медиа превратились в мощный инструмент влияния на общественное сознание, формируя культурные, политические и социальные нарративы [2].

В рамках научного дискурса о медиатизации выделяются две доминирующие теоретические перспективы, предложенные Ником Колдри и Андреасом Хеппом, каждая из которых предлагает свое видение механизмов и последствий влияния медиа на общество: институциональная версия и социально-конструктивистская версия теории медиатизации. Эти две парадигмы, хотя и пересекаются в некоторых аспектах, акцентируют внимание на различных компонентах взаимодействия медиа и социальной реальности, предлагая различные интерпретации медиатизационных процессов [6].

Социальные представления, как предмет научного исследования, сравнительно недавно заняли важное место в социологической и психологической науках. Само понятие «социальные представления» было введено в начале 1960-х годов французским социологом Сержем Московичи, который, стремясь объяснить феномен стереотипов, мнений и убеждений, обратился к изучению закономерностей функционирования психики индивида в социальном контексте [4].

Социальные представления не являются изолированным продуктом индивидуального мышления, а формируются в процессе социального взаимодействия и разделяются с другими членами общества. Это коллективное знание, по их мнению, направлено на обеспечение успешной адаптации человека к окружающей среде, выступая как инструмент для ее освоения и понимания. Более конкретно, социальные представления, согласно их концепции, играют ключевую роль в интерпретации и объяснении фактов и идей, циркулирующих в социальном пространстве. Они служат своеобразной «линзой», через которую люди воспринимают мир, наделяя его смыслом и логикой [5].

Несмотря на очевидную теоретическую и практическую значимость, проблема социальных представлений о массмедиа остается в значительной степени неисследованной областью. Этот парадокс особенно заметен на фоне растущей роли медиа в современном обществе и их влияния на формирование мировоззрения и моделей поведения. К сожалению,

до сих пор наблюдается дефицит масштабных социально-психологических исследований, посвященных изучению того, как индивиды воспринимают и конструируют свои представления о массмедиа. Систематические и всесторонние работы в этой области по-прежнему остаются редкостью несмотря на то, что именно эти представления во многом определяют медиаповедение человека и весь спектр его взаимодействий с медийной реальностью [1].

Формирование представлений аудитории о массмедиа – это сложный, многофакторный процесс, на который оказывают влияние как объективные характеристики медийной среды, так и субъективные особенности личности и ее социального окружения. Анализируя эту динамичную систему взаимосвязанных воздействий, выделяются три ключевые группы факторов, определяющих образ массмедиа в сознании индивидов [1].

Таким образом, обобщая все вышесказанное, теории медиатизации, возникнув как ответ на трансформации, происходящие в современном обществе под влиянием развития и распространения медиатехнологий, представляют собой важный предмет социологического дискурса. Они предлагают новый взгляд на взаимодействие между медиа и обществом, смещая акцент с изучения непосредственного воздействия отдельных средств массовой коммуникации на более глубокие и всеобъемлющие изменения, затрагивающие саму структуру и организацию социальной жизни. Социальные представления, как динамичный и многогранный феномен, играют ключевую роль в формировании отношения общества к окружающему миру, и сфера массмедиа не является исключением. Исследования социальных представлений о массмедиа демонстрируют, что эти представления не являются статичными и единообразными, а представляют собой сложную мозаику, сотканную из индивидуальных особенностей, социального опыта и коллективных норм. Они формируются под влиянием целого ряда факторов.

Источники и литература

- 1) Жижина М. В. Социальные представления и их роль в регуляции медиаповедения личности // Медиаисследования. 2019. № 6. С. 40-48.
- 2) Жилавская И. В. Классификация медиа. Проблемы, понятия, критерии // Вестник ВУиТ. 2016. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-media-problemy-ponyatiya-kriterii> (дата обращения: 05.03.2025).
- 3) Краснаярова О.В. Медиа как среда современного человека // Известия БГУ. 2010. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/media-kak-sreda-sovremennogo-cheloveka> (дата обращения: 05.03.2025).
- 4) Московичи С. Социальные представления: исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16, № 2. С. 3–14.
- 5) Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. СПб., 2010. 672 с.
- 6) Черненькая С. В. Теория медиатизации в контексте междисциплинарных исследований // Вестник МГПУ. Серия: Философские науки. 2021. №1 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-mediatizatsii-v-kontekste-mezhdistsiplinarnyh-issledovaniy> (дата обращения: 10.01.2025).