

## МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Ольга Юрьевна Голуб**

доктор социологических наук, профессор Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского (Саратов, Россия)

e-mail: sk\_jurid@info.sgu.ru

**А**ннотация. В статье показано, что институты централизованной массовой коммуникации дополняются децентрализованной массовой коммуникацией, инициированной развитием Интернета. Интернет создает альтернативную социальную реальность, новые виды виртуальных практик. В этих условиях все большее значение приобретает наличие у субъекта медиакомпетентности, позволяющей адаптироваться в глобальном информационно-коммуникационном пространстве. Распространение соответствующих знаний и навыков в масштабах всего общества, создание, наряду с законодательной базой, действенных механизмов, обеспечивающих условия формирования информационной компетентности, и гарантий их реализации на практике чрезвычайно важны в контексте обеспечения стабильности и устойчивости социальной системы.

**К**лючевые слова: массовая коммуникация, Интернет, новая социальная реальность, медиакомпетентность.

В основе функционирования медиакommunikационной сферы лежат процессы массовой коммуникации. Представители различных научных направлений традиционно занимаются ее осмыслением и концептуализацией. Эпоха развития Интернета и информационного взрыва привела к трансформациям процессов массовой коммуникации, меняющимся коммуникационным практикам, размыванию границ между видами коммуникации. По мере роста объема информации, технических средств, коммуникационных каналов и технологий, их все более глубокого проникновения в повседневность, растущего медийного многообразия формируется такое состояние общества, которое австралийский исследователь Дж. Кин определяет как коммуникационное изобилие:

«Сегодня у нас есть электронные книги, облачные вычисления, сканеры, умные часы и умные очки, твиты, сотовые телефоны, превратившиеся в спутниковые навигаторы, музыкальные инструменты и многопользовательские видеочаты. Даже изобретателям неясно, что будет дальше, однако эти и другие изобретения в сфере медиа, вышедшие на рынок только в последние десятилетия, убедили многих в том, что мы живем в революционную эпоху коммуникационного изобилия» [Кин: 8].

Происходящие изменения обуславливают повышенный научный интерес к изучению роли институтов массовой коммуникации

в культурном разнообразии, интеграции общественной жизни, торжеству гуманности и человечности, образованности и культурности современного социума.

В последние десятилетия можно наблюдать новые явления, которые, по сути, противоречат сложившемуся толкованию сущности массовой коммуникации и необходимости нового ее понимания как крупномасштабного явления. В частности, В.П. Коломиец утверждает, что массовая коммуникация уже не выступает антитезой коммуникации межличностной. В этом смысле, по его мнению, межличностная коммуникация также может становиться массовой, когда, например, осуществляется рассылка сообщения по электронной почте множеству адресатов. Такое понимание массовой коммуникации позволяет рассматривать ее как крупномасштабную коммуникацию, вбирающую три вида коммуникационных практик [Коломиец: 4].

Первый вид связан с традиционным пониманием массовой коммуникации как централизованного широкомасштабного одностороннего распространения информации и развлечений. Такая коммуникация жестко регламентирована, имеет свой дискурс, повестку дня, идеологическую направленность, эмоциональный пафос.

Второй, децентрализованный вид массовой коммуникации подразумевает, что с помощью интернет-технологий создается как

профессиональный, так и пользовательский контент. Этот вид менее регулируем, хотя есть попытки введения законодательного регулирования. Например, обязать блогеров, имеющих более 3 тыс. подписчиков, регистрироваться как СМИ, подпадающие под закон о средствах массовой информации. У этого вида массовой коммуникации свой дискурс, более разнообразная повестка дня, не столь идеологически выверенная и более эмоциональная, однако имеющая меньший масштаб распространения и чаще всего направленная на организацию сообществ.

Третий вид коммуникации предполагает широкий, общедоступный, постоянный обмен сообщениями между людьми по техническим каналам. Дискурс этого вида многообразен, носит личностный характер и направлен на выстраивание отношений между людьми. При этом современные мобильные технологические средства коммуникации позволяют человеку быть всегда и везде на связи, что существенно расширяет спектр возможных социальных практик [Коломиец; 5].

Развитие новых видов массовой коммуникации стало возможным благодаря Интернету, связывающему множество индивидов и относительно обособленно организующихся социумов в одно глобальное целое бесчисленным множеством информационно-коммуникационных нитей. Распространение Интернета на новые группы пользователей и расширение их сетевой активности в на-

стоящее время становятся факторами социокультурных, политических и экономических трансформаций.

Процесс интернетизации продолжается, в последние 10–15 лет произошло массовое увеличение интернет-аудитории, которая продолжает не так бурно, как в начале 2000-х гг., но неуклонно расти. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), доля пользователей сети Интернет в России в 1 кв. 2018 г. составила 80 %. Прирост числа ежедневных интернет-серферов – с 28 % в 2011 г. до 62 % в 2018 г. (среди молодежи от 18 до 24 лет эта доля превышает 95 %) [ВЦИОМ].

Разумеется, сама по себе диагностика распространенности Интернета не дает ответа на вопрос о его социальной роли в жизни пользователей разной степени активности. Однако очевидно, что для огромного количества людей, в первую очередь молодых, Интернет стал ведущим инструментом познания и одновременно образом жизни. Степень включенности в интернет-практики может быть выражена в том числе и содержательно – по самооценкам пользователей. Примечательно, что 26,5 % респондентов (или 41,3 % пользователей сети Интернет) считают себя активными участниками интернет-сообщества [Шаповалова]. Безусловно, понимание активного участия весьма субъективно. Скорее всего, можно говорить о регулярном использовании социальных

сетей, которые, действительно, выполняют значимую социальную функцию установления и поддержания контактов, обмена значимой для сторон информацией. Принципиальным отличием сетевой коммуникации от непосредственного общения является то, что такой коммуникационный контакт по желанию пользователя может стать доступным неограниченному количеству адресатов. Следовательно, коммуникация становится принципиально публичной. Включенность в социальные сети, активное использование блогов и форумов размывает у коммуникантов представления о приватном и публичном, неразделенность приватной (иногда интимной) и публичной сфер является отличительной особенностью субкультуры значительной части участников социальных сетей. Последствия такого смещения могут быть достаточно противоречивыми.

Постоянное присутствие в публичном пространстве усиливает внешний локус контроля, ориентацию на бытующие в сети нормы общения, а также ролевые отношения. Соответственно, участники социальных сетей в большей мере могут оказаться подверженными чувствам неудовлетворенности, зависти, собственной неуспешности по сравнению с другими членами интернет-сообществ. Переживание подобных ощущений людьми с установками на демонстрацию образа и стиля жизни, считающихся

нормативными с позиции престижа, чревато состоянием фрустрации [там же: 143].

Следствием стремительного развития средств и каналов коммуникации и их проникновения в повседневность человека является превращение массовой коммуникации в эндогенный фактор общественного развития. Происходит формирование новой социальности, связанной со способностью децентрализованной массовой коммуникации порождать социальные общности, социальные образования. Деятельность членов группы, как правило, направлена на распространение контента, который поддерживает единство группы. В данном случае важна не столько точность и корректность передачи информации, сколько представление и поддержание доверия, некоторого единомыслия, сохранения сообщества. Человек вступает в эту группу, поскольку идеи группы созвучны его мыслям или представляют для него интерес. Что эта социальность значит для функционирования общества?

С одной стороны, многообразие разномыслящих социальных групп важно для общественного развития как результата столкновений различных точек зрения. Когда их много, растет конкурентная борьба и побеждает наиболее сильная, аргументированная. С другой стороны, люди объединены в государства, для функционирования которых важна ценностная гомогенность. Именно институты централизованной массовой

коммуникации призваны выполнять функцию формирования ценностного консенсуса – договоренности по основным культурным ценностям в рамках отдельно взятой страны. Децентрализованная массовая коммуникация через социальные сети – это, как правило, демонстрация некоторой оппозиционности, поэтому общество заинтересовано в наблюдении за тем, насколько свободомыслие представлено в социальных медиа, сколь конструктивна или деструктивна позиция тех или иных общностей и групп. В данном контексте актуализированными выглядят проблемы распространения фейковой информации, распространения информации, направленной на поддержание и развитие терроризма в социальных сетях, проблемы социализации подрастающего поколения [Коломиец: 7].

Одним из феноменов современности является информационный парадокс: информационная перегрузка и одновременно информационный дефицит. Человек отбирает только те сведения, которые ему нужны для решения текущих конкретных задач, другая, невостребованная информация, так называемый шум, отбрасывается или уничтожается. С одной стороны, это приводит к перегруженности сознания современного человека и процесса общения с другими людьми непрекращающимся процессом роста числа знаков, значений и смыслов, которые становятся барьером для взаимодействий, за-

трудняя социальную жизнь. С другой – растет хаос в индивидуальных картинах мира, распад знакомых образов, и себя, и общества, и природной реальности. «Растущая интенсивность коммуницирования “забрасывает” человека формами, не давая под- сказки, каково их содержание», – считает В.И. Игнатъев [Игнатъев: 4].

В соответствии с результатами исследования ВЦИОМ, три четверти пользователей признают необходимость отдыха от сети. Около половины пользователей (45 %) в последний год сознательно отключали доступ к интернету (на день или более), 66 % вынужденно оставались без сети. При этом 83 % из них не чувствовали себя ущемленными, а 7 % даже ощутили радость и расслабление. 77 % интернет-пользователей признают необходимость в периодическом отдыхе от сети, около половины (47 %), выбирая место отдыха, предпочли бы территорию без доступа к интернету (даже среди ежедневных пользователей эта доля составляет 44 %, среди 18–24-летних – 53 %).

Гипотетическая ситуация полного исчезновения интернета не вызовет паники среди половины пользователей: 22 % сказали, что в этом случае в их жизни ничего не изменится, 30 % – что влияние будет крайне слабым. Вместе с тем для 47 % это станет серьезным испытанием. С 2017 г. (32 %) эта доля заметно выросла. 39 % признались, что их жизнь существенно изменится, однако

они смогут приспособиться, 8 % – что они не представляют повседневности без возможности выйти в сеть (среди 18–24-летних такие ответы дали 43 % и 17 %, среди москвичей и петербуржцев – 49 % и 9 % соответственно) [ВЦИОМ].

Взаимодействия в среде глобальных информационно-коммуникационных потоков, перегруженных симулякрами, имеют противоречивые последствия. Они приводят к трансформации личности, к изменениям структуры ее повседневной деятельности, что проявляется, во-первых, в изменении структуры общения и возникновении «дополненной реальности», связанной с появлением новых каналов взаимодействия; во-вторых, в сужении границ приватной сферы по мере роста информационной прозрачности частной жизни и усиления давления общества; в-третьих, в расширении виртуализации деятельности и росте времени на общение с информационной техникой. При этом человек утрачивает навыки учета социально-психологических особенностей собеседника, что ведет к снижению ответственности в общении.

Массовым видом повседневных практик становится гонка за новыми эффектами растущей и разнообразной коммуникации, коммуникация ради коммуницирования, обмен «бессмысленными» смыслами, что, на первый взгляд, выглядит как буйство и торжество растущих потоков информации.

Агрессия перенасыщенной информационной среды ведет к формированию социального действия нового вида – виртуального социального действия, включенного в социальное взаимодействие и воспроизводящего имитацию взаимодействия с доминирующей функцией воспроизводства иллюзий воздействия субъекта на субъект, иллюзий, воспроизводимых в воображении обоих субъектов.

При невозможности проверить достоверность информации, отсутствии ясных критериев в осуществлении отбора содержания в информационном потоке создается информационное поле повседневного существования современного индивида, не просто не выполняющее социализирующие функции, но и несущее заряд его интеллектуального разрушения и маргинализации.

Современные исследования выявляют все больше фактов, подтверждающих, что человечество сталкивается с неконтролируемым процессом техногенного порабощения людей, подчинения их сознания манипуляционным практикам и ограничения свободы мысли и свободы использования времени. Причем прежде всего молодежь, как утверждает И.С. Шаповалова, представляет собой идеальную группу для информационных манипуляций ввиду постоянного пребывания в интернете, поисковой активности, коммуникативной потребности, сублимационной самопрезентации, простоты

материальных запросов и специфики возрастной психологии (негативизма, максимализма, немотивированной активности, потребности в причастности и лидерстве) [Шаповалова: 150].

Интернет становится не просто важным источником информации для молодежи, а превращается в альтернативную реальность, часто антагонистическую и неуправляемую. Сила виртуальной синергии, беспределности коммуникаций и возможности любой, часто компенсаторной самопрезентации создают иллюзию глобальности преимуществ такой реальности над реальностью «обычной» жизни и иллюзию необходимости следовать ее призывам и законам. Парадоксально, но изобилие информации способно подавлять гибкость мышления, процедуры анализа и синтеза, да и процесс выработки активных социальных диспозиций молодого поколения также претерпевает существенные изменения. Возможность в той или иной мере удовлетворить информационный запрос по любому поводу, найти готовое решение нивелирует зачатки поисковой мотивации, снижает эвристический потенциал. В ситуации лишения информационной поддержки современный молодой человек с трудом актуализирует собственные ресурсы, находясь в состоянии замешательства, а иногда и фрустрации. Потоки информационного мусора и агитации формируют дезориенти-

рующее пространство, в котором представлены все информационные патологии и их последствия – от информационных войн до откровенных девиаций [там же: 151].

В свете изложенного все большее значение приобретает способность индивида уверенно ориентироваться в окружающих его потоках информации, оперативно находить необходимые сведения, проверять их достоверность, объективно их оценивать и эффективно использовать в собственных целях. Представляется, что термин медиакомпетентность наиболее точно раскрывает суть необходимых современному человеку умений, позволяющих адаптироваться в глобальном информационно-коммуникационном пространстве. Не обладая подобными знаниями и умениями критического осмысления публикуемых данных, человек в конечном итоге становится менее конкурентоспособным, более податливым и уязвимым перед эскалацией информационной зависимости в условиях современного информационно перегруженного мира.

Более того, распространение соответствующих знаний и навыков в масштабах всего общества чрезвычайно важно в контексте обеспечения стабильности и устойчивости социальной системы. Людей, обладающих хотя бы минимальным «иммунитетом» к манипулированию со стороны массмедиа, труднее вывести из равновесия и спровоцировать на во многом спонтанные

и не всегда обдуманное социальное действие.

Однако усилий самого человека по формированию собственной медиакомпетентности, к сожалению, недостаточно. В одиночку человек не в состоянии противостоять манипулятивному влиянию массмедиа, если в государстве отсутствуют или не работают правовые механизмы обеспечения медиакомпетентности. Конечно, в Российской Федерации существует законодательная база, от Конституции Российской Федерации, Доктрины информационной безопасности Российской Федерации, Концепции государственной информационной политики Российской Федерации до федеральных законов Российской Федерации: «О средствах массовой информации», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» и ряда иных нормативно-правовых актов, раскрывающих положения, имеющие самое непосредственное отношение к обеспечению условий для формирования информационной компетентности: свобода мысли и слова, поиска и распространения информации, запрет цензуры и т. д. Однако наряду с этим необходимы действенные механизмы и гарантии их ре-

ализации на практике. Отсутствие четко прописанных параметров ответственности за их нарушение существенно снижает их позитивный потенциал.

### Литература

Игнат'ев, В.И. Информационная перегрузка социальной системы и ее социальные последствия // СОЦИС. 2017. № 7. С. 3–12.

Кин, Дж. Демократия и декаданс медиа. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015.

Коломиец, В.П. Социология массовой коммуникации в обществе коммуникационного изобилия // СОЦИС. 2017. № 6. С. 3–14.

Шаповалова, И.С. Влияние интернет-коммуникаций на поведение и интеллектуальное развитие молодежи // СОЦИС. 2015. № 4. С. 148–151.

ВЦИОМ. Данные опросов [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116780> (дата обращения 10.04.2018).

### References

Ignat'yev, V.I. (2017). *Informatsionnaya peregruzka sotsial'noy sistemy i eyë sotsial'nyye posledstviya* [Information overloads of the social system and its social consequences]. *Sociological Studies*, 7, 3–12.

Kin, Dzh. (2015). *Demokratiya i dekadans media* [Democracy and media decadence]. Moscow: Vysshaya shkola ekonomiki Publ.

Kolomiyets, V.P. (2017). Sotsiologiya massovoy kommunikatsii v obshchestve kommunikatsionnogo izobiliya [Sociology of mass communication in the society of communication abundance]. *Sociological Studies*, 6, 3–14.

Shapovalova, I.S. (2015). Vliyaniye internet-kommunikatsiy na povedeniye i

intellektual'noye razvitiye molodezhi [Influence of Internet communications on behavior and intellectual development of youth]. *Sociological Studies*, 4, 148–151.

*Russian public opinion research center.* (n.d.). Retrieved from: <https://wciom.ru/index.php?id=236> (date of access: 10.04.2018).

**MEDIA COMPETENCE IN THE CONDITIONS  
OF MASS COMMUNICATION TRANSFORMATIONS**

Olga Yu. Golub, Prof. Dr., Professor, Saratov State University (Saratov, Russia); e-mail: sk\_jurid@info.sgu.ru.

**A**bstract. The article shows that the institutions of centralized mass communication are supplemented by decentralized mass communication initiated by the development of the Internet. The Internet creates an alternative social reality and new types of virtual practices. Under these conditions, subject media competence gains more importance and allows to adapt in the global information and communication space. The dissemination of relevant knowledge and skills throughout the society is extremely important in the context of ensuring the stability and sustainability of the social system.

**K**ey words: mass communication, Internet, new social reality, media competence.

