

УДК 130.1

## МЕДИАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА

Щетников А.Е. студент гр. ПИМ-191, I курс  
Научный руководитель: Баумгартэн М.И., к.ф.-м.н., доцент  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т. Ф. Горбачева  
г. Кемерово

Активное развитие СМИ, в основе которых лежит интернет сделало их неотъемлемой социальной, экономической и политической частью жизни общества. Это, в свою очередь, означало необходимость изучения степени их влияния на все сферы жизни человека. Медиатизация стала инструментом, который позволяет создать отдельное виртуальное пространство вокруг конкретного человека, продукта, движения или явления, которое в конечном итоге влияет на массы.

Термин «медиа» и его производные имеют много толкований в зависимости от контекста использования и принадлежности к языку. Слово происходит от английского и не имеет эквивалента на русском. Чаще всего используется в контексте «средства коммуникации». В настоящее время, позиции английского языка сильно укрепились как на бытовом, так и на научном уровне, поэтому этот термин свободно используется в различных контекстах для объяснения социальных процессов.

Медиа технологии были неотъемлемой частью коммуникаций человека с древних времен. Условно, медиа можно разделить на 5 исторических этапов:

1. Ранние (устная передача)
2. Печатные (газеты, книги, фото)
3. Электронные (телевидение, телефоны, плееры)
4. Цифровые (интернет)

Каждый из витков развития оказывал серьезное влияние на общество и приводил к изменениям в социальных устоях и мышлении людей. Устная речь – самый естественный способ передачи информации. Письменность изменила способ передачи информации, а также повлияла на распространяемый «контент». Печать помогла хранить большие объёмы информации и способствовала ее распространению. Печатные СМИ характеризуются последовательностью, наглядностью и определенной устойчивостью по сравнению с устной речью. Завершающий этап развития, связанный с цифровыми технологиями, создал новое «медиатизированное» общество.

Современное общество оказалось под сильным влиянием социальных сетей. Наш день начинается и заканчивается со смартфоном. В качестве при-

меров можно привести три явления, которые значительно изменили социальную реальность вокруг нас.

1. «Информационный шум» - цифровые медиа дали нам иллюзию большого количества информации и знаний. Фактически увеличилось только количество источников информации, по которым распространяются копии копий. Наше восприятие также изменилось: если ранее человек искал знания и испытывал информационный «голод», то сейчас обилие контента, человек находится в состоянии перенасыщения данными.

2. «Визуализация событий» - сегодня в области медиа появляются ложные утверждения. Люди часто воспринимают информацию из социальных медиа как истинную, не задумываясь о том, основана ли она на реальных фактах и событиях. С таким богатством информации и источников очень трудно сказать, какие из них сообщают реальные факты.

3. «Бум авторства» - благодаря цифровым возможностям у каждого человека появилась возможность создавать разный контент для большой аудитории. Сегодня почти два с половиной миллиарда человек, имеют доступ в интернет и способны стать авторами. За последние шесть тысяч лет было около трехсот миллионов авторов контента.

Подобный успех сетевых медиа можно объяснить запросом современного общества на высокую скорость получения информации. Интернет предоставил совершенно новые возможности: любое сообщение может быть распространено по всему миру за несколько секунд. Поэтому в современном медиапространстве обычные коммуникативные практики меняются, расширяя возможности работы с информацией, предоставляя пользователям все новые и новые возможности для получения, обмена и производства информации. Основная аудитория – молодые люди, они более склонны к инновациям и цифровым технологиям, проводят в интернете довольно много времени. В связи с этим изучение онлайн-среды как средства реализации медиакоммуникационных отношений различных социальных групп является чрезвычайно важным, учитывая основные тенденции и перспективы развития информационных и цифровых технологий в современном обществе.

Медиаиндустрия настолько изменила жизнь общества, что отсутствие доступа к интернету приравнивается к потере социальных контактов. Теперь люди могут читать огромные книги со своих телефонов, смотреть на них фильмы, делиться всем, что происходит в их жизни, за одну минуту. Вы можете бесплатно освоить большое количество навыков по различным видеоматериалам из интернета. Если раньше лишь немногие могли ретушировать фотографий, теперь любой может научиться необходимыми навыками, нужен только компьютер или смартфон с доступом к интернету. Это не только расширило возможности творческих людей, но и создало условия для общественного контроля.

Социальные медиа стали инструментом профессионального роста. Социальные сети позволяют расширять межличностные отношения, помогают вступать в профессиональные сообщества. Например, с помощью Instagram

или YouTube люди могут зарабатывать миллионы, профессионально развиваясь в своих конкретных областях.

Важное значение сейчас имеет так же трансляция в медиа пространство социально-политических движений и гражданского активизма. Яркими примерами такого активизма являются проекты Юрия Дудя и Алексея Навального. Растущая популярность интернета и протестных движений, в свою очередь, привели к введению ограничительных законов, таких как «защита детей от вредной информации» или «оскорбление чувств верующих»

В частности, технологии и медиатизация сильно повлияли на саму структуру общества. Появилась такое понятие как «человек медийный». Это идея человека, существование которого напрямую зависит от получения им медиатизированной информации, ее потребления и понимания. Каждый может быть более или менее медийным, но в целом, процесс медиатизации, который связан с производством, хранением, обработкой и потреблением информации, становится одной из основ личного и социального опыта [1].

В след за этим формируется понятие «медийный город». Городское пространство медиатизируется масштабными технологическими и цифровыми преобразованиями. Сейчас многие здания оснащены камерами с возможностью онлайн-мониторинга, огромными телеэкранами. Муниципальные организации самоуправления создают сайты, где жители могут публиковать жалобы и задавать интересующие их вопросы. Внедрение WI-FI произошло практически во всех общественных местах, появились новые стандарты высокоскоростной мобильной передачи данных. В дома также внедряются различные цифровые гаджеты, формируются целые «умные» дома. В результате инфраструктура города превращается в единый комплекс.

Вышеуказанные аспекты городской медиатизации стирают границы между общественным и частным пространством – потребление медиа больше не ограничивается пространственными границами. Формируется целостное социально информационное и коммуникационное пространство, менее зависящее от архитектуры города и более зависимое от технологического оборудования [2].

Таким образом, под абсолютным влиянием стремительно развивающихся технологий и медиа – формируется новый социальный мир – зависящий от потребления информации из всех возможных каналов коммуникаций. Современные медиа уже не просто источник информации, они теперь влияют на все аспекты жизнедеятельности человека. Вовлечение медиа настолько широко, что невозможно представить многие социальные процессы без этого компонента.

Медиа как никогда раньше играет такую же важнейшую роль о обществе, как экономика, политика и культура. Они не только дают нам картину мира в целом, предоставляя информацию о нем, но и являются основным каналом коммуникаций. Используя социальные сети, приложения для смартфонов, мы можем общаться с человеком на другом конце света, строить общение со всеми.

Медиа стали основным способом обучения и передачи своего опыта. Мобильность, скорость и интерактивность адаптировали коммуникационные процессы под современные реалии, сделав их более комфортным, позволяя получать информацию и строить коммуникации в любое удобное время. Медиа стали не только посредниками в передачи информации, теперь они формируют направления развития всех сфер общественной жизни.

#### **Список литературы:**

1. Землянова, Л.М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике / Е. Л. Вартанова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия: Журналистика. – 2016. – №6. – С. 83–97.

2. Маклюэн, М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / П. Маклюэн; [перевод с английского В.Г. Николаева]. – Москва: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.