

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

На правах рукописи



Цзинь Хань

**ВЛИЯНИЕ НОВЫХ МЕДИА
НА СОЦИАЛИЗАЦИЮ ПОДРОСТКОВ КИТАЯ**

Специальность: 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук, профессор
Волкова Ирина Ивановна

Москва – 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ВЛИЯНИЯ СМИ НА СОЦИАЛИЗАЦИЮ ПОДРОСТКОВ	16
1.1. Изучение медийных эффектов: историческая ретроспектива	17
1.2. Изменение моделей социализации в цифровую эпоху	37
1.3. Медиаобразование подростков в контексте медиатизации	52
Выводы по главе 1	63
ГЛАВА 2. МЕДИАТИЗИРОВАННОЕ СУЩЕСТВОВАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ПОДРОСТКОВ В ЦИФРОВОЙ МЕДИАСРЕДЕ	66
2.1. Сетевая экология подросткового возраста в Китае	67
2.2. Влияние новых медиа на мышление и поведение подростков	81
2.3. Трансформации китайского языка в текстах блогосферы	92
Выводы по главе 2	111
ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПОДРОСТКОВ В МЕДИАСФЕРЕ КИТАЯ И СПОСОБЫ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ	113
3.1. Сложности социализации и способы их урегулирования	113
3.2. Медиаграмотность как регулирующий фактор	128
3.3. Опыт Китая в регулировании медиапотребления	141
Выводы по главе 3	153
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	155
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	160
ПРИЛОЖЕНИЯ	182
Приложение 1. Вопросник по использованию новых медиа среди подростков	182
Приложение 2. Вопросник по влиянию новых медиа на социализацию подростков (версия для родителей, учителей)	189

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Каждая новая медиатехнология изменяет медиасреду, оказывая далеко идущие последствия на все элементы общества: политику, экономику, культуру и образование. Эволюция медийных технологий, связанная с оцифровкой и сетевым взаимодействием, повлияла не только на медиаформы, медиапродукты, но и существенно изменила межличностные взаимодействия, социальные отношения, социальные структуры и институты. Во-первых, произошел сдвиг в способе циркуляции информации, когда индивиды стали функционировать как узлы распространения информации¹ и коммуникация вступила в период массовой самокоммуникации² или массовой межличностной коммуникации³. Во-вторых, реальное и виртуальное общества накладываются друг на друга, и виртуальный мир все больше становится продолжением реального мира. Современный человек превращается в «человека медийного»⁴ в результате подавляющего влияния стремительно развивающихся цифровых технологий, которые формируют медиатизированное общество, преобразуя глобальный мир невиданным ранее образом.

Новые медиа представляют собой не только техническое проявление информационного общества, но и новый образ жизни. Ценности под влиянием новых медиа, а также образ жизни, социальные взаимодействия, черты личности и психологическое развитие молодых людей демонстрируют новые характеристики. Как подчеркивают исследователи, «определяющее значение имеют не столько сами по себе цифровые технологии и

¹Будовская Ю. В., Волкова И. И. Распространение медиаконтента в социальных медиа и социальных сетях: теория игр против виральности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 5 (49). С. 69–74.

²Castells, M. (2013). *Communication power*. Oxford University Press.

³O'Sullivan, P. B., & Carr, C. T. (2018). Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide. *New Media & Society*, 20(3), 1161–1180.

⁴Вартанова Е. Л. «Человек медийный» – новая ступень эволюции или приложение к гаджету? // Наука и жизнь. 2015, 3 декабря. URL: <https://www.nkj.ru/open/27523/> (дата обращения: 18.01.2023).

современные СМИ, сколько те формы мышления и массовой коммуникации, которые они формируют»⁵. На передний план выступает проблематика и инструменты медиапсихологии.

Подростковый возраст является самым критическим и уязвимым периодом социализации в жизни человека. С одной стороны, процесс и последствия социализации личности напрямую определяют выживание и приспособляемость подростков в социальной жизни; с другой стороны, степень социализации подростков напрямую влияет на статус развития и пространство прогресса будущего общества. Таким образом, изучение изменений в медиасреде, вызванных цифровыми медиатехнологиями, изучение влияния новой медиасреды на социализацию молодежи (социоантропологический аспект), а также исследование путей и способов создания медиасреды, оптимизирующей социализацию подростков (медиаальный аспект), – это совокупность важных и актуальных задач. Как подчеркивают российские учёные, значительная роль цифровых медиа, которую они играют в современном обществе, заставляет задуматься о более глубокой теоретической разработке и актуализации понятия *медиасоциализация*⁶. «Цифровые медиа из социализирующего фактора плавно, но достаточно интенсивно трансформируются в *агента социализации*, тем самым усиливая свое воздействие на пользователя»⁷.

Медиасоциализация (как понятие) обозначает важнейший элемент процесса социализации личности *под влиянием медиа*. В контексте данной диссертации используется как синоним *социализации* внутри медиасреды.

⁵Пронин Е. И., Пронина Е. Е. Медиапсихология: новейшие информационные технологии и феномен человека // *Общественные науки и современность*. 2013. № 2. С. 153.

⁶ См., напр.: Дунас Д. В. Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. // *Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика*. 2016. № 1. С. 103–119; Дунас Д. В. Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей // *Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика*. 2017. № 3. С. 3–16.

⁷ Девятова И. Е. Медиасоциализация детей и подростков // *Медиа как фактор адаптации человека к социальным, экономическим и политическим изменениям: сборник материалов Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 20–22 апреля 2023 г.)*. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2023. С. 333.

Выбор темы. Существующие исследования о новых медиа и подростках вписаны в определенную социокультурную повестку, опираются на ту или иную *социокультурную идентичность*. Тема диссертации была выбрана, с одной стороны, с учетом культурных особенностей автора из Китая, и как следствие, с другой стороны, из соображений первично осознаваемой практической целесообразности исследования. Запросы со стороны китайского государства и общества⁸ в отношении оптимизации киберпространства при стремительном распространении новых медиакоммуникаций и сближения государственных интересов Китая и России в последние годы. Таким образом, для автора диссертации представляется важным изучение особенностей социализации цифрового поколения Китая в современном пространстве цифровых сетевых коммуникаций: тема актуальна для развития теории медиакоммуникаций (в аспекте медиапсихологии и филологии) и решения практических задач теории журналистики (в аспекте медиарегулирования и медиалингвистики).

Степень научной разработанности проблемы. Проблематика диссертации находится в фокусе интереса ряда гуманитарных наук: психологии, педагогики, философии, коммуникативистики, экологии, теории журналистики, филологии, социологии. При этом остаются исследовательские вопросы, которые прежде не возникали: они обусловлены новейшими вызовами в теории медиакоммуникаций, в том числе проблематикой данной диссертации (социализация китайских подростков в пространстве цифровых медиаплатформ и социальных сетей).

Исследования, создавшие *предпосылки* для анализа влияния СМИ и, в целом, медийных ресурсов на социализацию подростков, базируются на *теории воздействия массовых коммуникаций*, сложившейся после окончания Первой мировой войны. Она была артикулирована американскими учёными,

⁸ См.: «Мы выступаем за то, чтобы уделять приоритетное внимание развитию и созданию более инклюзивного и процветающего киберпространства». Си Цзиньпин, из обращение к участникам Всемирной конференции по вопросам Интернета в Учжэне». РИА НОВОСТИ. 08.11.2023. URL: <https://ria.ru/20231108/kitay-1908061355.html> (дата обращения: 9.11.2023).

непосредственно не связанными со СМИ, что уже изначально заложило *аспект междисциплинарности* в будущие исследования (с акцентом на медиапсихологию). Это прежде всего психолог К. Ховленд (Йельская школа убеждающей коммуникации), социолог П. Лазарсфельд (теория ограниченных эффектов), политолог Г. Лассуэлл (Чикагская школа социологии), психолог К. Левин (школа гештальтпсихологии).

Научные труды, связанные с дальнейшим изучением влиянием медиа на социализацию подростков, можно разделить на три основные категории.

Первая категория представлена исследованиями одновременно *природы СМИ и особенностей раннего подросткового возраста*, включая влияние аудиовизуальных медиа (кинематографа и телевидения) на детей и подростков. Эта категория научных трудов определяет главные направления и методы исследования. Сюда относятся работы Р. К. Петерсона и Л. Л. Терстоуна, Л. Бейлина, В. Шрамма, Ж. Лайла и Е. Б. Паркера, Е. Вартелла и Б. Ривза, Д. Ланге, Р. К. Бейкер и С. Балл-Рокич, А. Бандура, Р. Пацлафа, Д. Пеарла, Л. Бутиллет, Дж. Б. Лазара, Г. С. Джоуэтта, И. К. Джарви и К. Х. Фуллера. Вторая категория – это научные исследования в русле теории социализации личности. Эта категория включает в себя труды по изучению и анализу *универсальных процессов когнитивного развития, индивидуального развития личности*. К данной группе следует отнести работы Ч. Х. Кули, Дж. Х. Мида, И. Гофмана, Э. Эриксона, Д. Мошмана, Дж. Э. Марсии, Х. Дж. Херманса, Ж. Пиаже, Л. Колберг, Л. С. Выготского, М. Поллнера, У. Бронфенбреннера и С. Дж. Сеси, Р. Белка, Ц. Сэй Юй и С. Ху Шу, О. В. Кружковой и И. В. Воробьевой. Третья категория представляет собой исследования *медиа как социальной среды*, включая исследования *медиаэкологии* (Г. М. Маклюэн, Н. Постман, Дж. Мейровиц, Г. Иннис, Д. Рашкофф). Также сюда относятся работы психологов и теоретиков медиакоммуникаций по изучению новых медиа и социализации подростков в цифровой среде. Это работы Г. Джонсона и К. Пуплампу, М. Бауэрлайна, Сунь Вэй, С. Дж. Кирша, Х. Дженкинса, М. Ито, Д. Букингэма, Л. Флориди,

Ш. Теркла, Д. Бойда, А. Хеппа, Пэн Лань, О. А. Карабановой, Г. У. Солдатовой и А. Е. Войскунского.

Китайские исследования в рамках проблематики данной диссертации основаны на представленных выше трудах западных учёных. В этом контексте научные публикации в современном Китае сфокусированы на социализации подростков при глубинной медиатизации (статьи Бу Вей, Сюй Сяндун, Ван Юн, Сунь Хунянь). Исследования Чжай Гуанъюна, Ван Дунмэй, Синь Цзыщян, Ци Липин и Чжао Цзин посвящены социальным изменениям в Китае в информационном обществе и влиянию развития новых медиа на подростков. «Цифровое Я» молодёжи также привлекает внимание китайских исследователей (Пэн Лань, Се Юйцзинь, Ху Шусян, Гао Чжунцзянь и Бэй Наньнань). Исследовательская группа Китайской академии социальных наук с 2010 года публикует ежегодный «Отчет об использовании Интернета несовершеннолетними в Китае», где прослеживаются тенденции влияния Интернета на социализацию молодежи в Китае (когнитивные, поведенческие и аффективные аспекты); в составе группы Фан Юн, Ци Вэйминь, Шэнь Цзе, Ян Биньян, Ци Линь и другие.

В 2011 году под эгидой трёх факультетов МГУ (журналистики психологии и философского) вышла коллективная монография «Человек как субъект и объект медиапсихологии». В ней медиапсихология представлена как закономерное отражение развития информационных технологий массовой коммуникации и формирования новой парадигмы науки, которой доступны нелокальные объекты. Автором диссертации приняты во внимание некоторые статьи, опубликованные в этом издании и оказавшие влияние на ход и логику диссертационного исследования. Это статьи таких авторов как А. Г. Асмолов, Г. А. Асмолов, Я. Н. Засурский, Ю. П. Зинченко, И. Н. Карицкий, Е. Е. Пронина, Е. И. Пронин и других. Автором диссертации также изучены научные статьи, посвящённые конкретным практикам психологического манипулирования юными пользователями в социальных сетях (например, игра «Синий кит»).

Не остался без внимания аспект медиаобразования как важного инструмента нейтрализации рисков цифровой медиасреды (А. В. Федоров, В. В. Шариков, Л. Н. Федотова, В. В. Тулупов, И. В. Жилавская, С. Г. Корконосенко, А. П. Короченский, Л. А. Коханова и др.).

Очевидно, что сформирован относительно устойчивый интерес к анализу влияния новых медиа на социализацию личности. При этом уязвимость именно подрастающего поколения требует наибольшего внимания, поскольку подростки, выросшие в цифровой среде («цифровые аборигены»⁹), зачатую не имеют поддержки у представителей старшего поколения («цифровые иммигранты»⁹), которые принимают решения в парадигме традиционных однонаправленных медиа, представляющих субъектно-объектные коммуникации. «Часто взрослые не догадываются о том, что происходит в жизни детей – жизни, которая становится все более и более виртуальной»¹⁰. Возникает коллизия *первичной* социализации (для цифровой молодёжи она происходит в медиапространстве) и *вторичной* социализации (происходит в реальном мире через традиционные базовые институты¹¹).

Таким образом, мы наблюдаем **противоречия** между ценностями внегосударственного виртуального мира и ценностями реального мира конкретного этноса и государства. В этом автор диссертации усматривает глобальную **проблемную ситуацию**, которую на национальном уровне решает руководство Китайской Народной Республики.

Способы общения и социальная структура стремительно меняются, социальное воздействие на подрастающее поколение трансформируется. Как

⁹ Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. Part 1. *On the Horizon* 9(5), 1–6.

¹⁰ *Цзинь Хань*. Возможности и риски в процессе социализации современных подростков в среде новых медиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 3. С. 581.

¹¹ «...глубинные, исторически устойчивые и постоянно воспроизводящиеся социальные отношения, обеспечивающие интегрированность разных типов обществ, исторические инварианты, которые позволяют обществу выживать, сохранять свою целостность и развиваться в данной ему материальной среде» (*Кирдина С. Г.* Институциональные матрицы и развитие России: введение в X-Y-теорию. – СПб.: Нестор-История, 2014. С. 56.

уже отмечалось автором ранее в одной из публикаций, «саморегулирование платформ, по всей видимости, остается важнейшим инструментом негосударственного воздействия на ситуацию. Тем не менее, сделать интернет-общение стерильным, избавившись от проблем и сложностей, безусловно, не удастся. Поэтому медиаграмотность подростков и их родителей имеет огромное значение»¹². Изучение этой проблематики в современном преломлении, с учётом опыта Китая, даёт ответы на актуальные социальные вопросы не только в региональном, но и в международном измерении. Особенно для стран, развивающихся в парадигме азиатской институциональной матрицы.

Цель данного исследования — выявление и научное обоснование факторов, направлений и лингвистических аспектов влияния цифровых средств массовой коммуникации на социализацию современных китайских подростков и систематизация эффективных способов нейтрализации рисков в медиатекстах сетевого пространства Китая.

Определены **основные задачи** научного исследования:

- 1) выявить и систематизировать положения основных теорий эффектов медиа как базы для междисциплинарной *теории социализации подростков в эпоху глубокой медиатизации*;
- 2) проследить на примере Китая содержание и функционал современных *моделей социализации* подростков;
- 3) сформулировать и концептуализировать медиасоциализацию цифровой молодёжи как *первичную социализацию* (наряду с традиционными институтами);
- 4) выявить в медиатекстах социальных сетей особенности подросткового сознания и поведения, определить ключевые *направления влияния* цифрового контента на современных китайских подростков;
- 5) показать на конкретных примерах взаимодействие единиц интернет-языка с китайским языком в офлайн;

¹²Там же.

б) в парадигме медиаобразования и восточной институциональной матрицы систематизировать методы трёхфакторного регулирования Интернета его субъектами (правительство, операторы и пользователи Сети) в Китае.

Объект исследования — поликодовое содержание сетевого медиапространства Китая в контексте социализации подростков в возрасте от 11 до 19 лет. **Предмет исследования** — китайский медиадискурс, формируемый медиаплатформами и государством, в пространстве которого происходит медиасоциализация современных подростков Китая.

Научная гипотеза. Современная сетевая структура текстов и их коммуникационная инфраструктура создают *пространство социализации*, в котором не только транслируются существующие в конкретном обществе социальные нормы и ценности, но и формируются новые, при этом *глобальное* цифровое медиапространство продуцирует риски для незащищённых пользователей. Регулирование *медиасоциализации* в Китае способствует эффективной нейтрализации онлайн-рисков для подростков, активизируя в обществе процессы медиаобразования.

Методология исследования. В соответствии с намеченной целью и задачами исследования, с учётом аспекта междисциплинарности, автором диссертации использовался научный комплексный подход к методологии изучения медиа (с опорой на методы социогуманитарных наук), принятый российской наукой (специальность ВАК 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика) и представленный в 2019 году в рамках научно-исследовательского проекта «Разработка фундаментальных основ отечественной теории медиа в условиях трансформации общественных практик и цифровизации СМИ»¹³. Это, прежде всего, метод мониторинга и прогнозирования медиа (как социального, антропогенного явления)¹⁴ в контексте глобального и национального медийного пространства, лингвистический анализ аудиовизуальных текстов, метод ситуационного

¹³ Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: МГУ, 2019.

¹⁴ Там же. С. 24.

анализа (case-study). Также использовались количественные методы: социологические методы анкетирования и интервью с последующей математической обработкой, контент-анализ текстов комментариев медиаплатформ (с помощью Python, с двумя кодировщиками и контролем надёжности по коэффициенту Cohen's Kappa).

Положения, выносимые на защиту:

1. Подростки, рождённые в эпоху цифровизации (цифровые аборигены), обращаются к текстам сетевого медиапространства для *первичной социализации*: самопрезентации, построения самоидентичности, формирования цифрового «Я».

2. Онлайн-взаимодействие современных китайских подростков основано на реальных межличностных отношениях (*вторичная социализация*), при этом именно медиатексты влияют на формирование личности подростков, в первую очередь на их ценностные суждения (*первичная социализация*).

3. С размыванием границ между онлайн-коммуникациями и офлайн-взаимодействием в повседневный дискурс китайских подростков вошел особый онлайн-язык. Он активно интегрируется в разговорные практики.

4. Сложности медиаконтента, сферы сетевой безопасности и цифровых технологий порождают проблемы негативного контента, информационной перегрузки, медиазависимости и цифровой фрагментации в процессе первичной социализации подростков. Социальная среда и обучение медиаграмотности являются регулирующими факторами для решения этих проблем, при этом необходимы *сетевые привратники*, контролирующие производство цифровых текстов в рамках *первичной социализации* молодежи.

Научная новизна диссертации состоит в том, что в ней впервые:

- систематизированы положения основных теорий эффектов медиа как научной базы для междисциплинарной теории социализации подростков в эпоху глубокой медиатизации;

- введён в русскоязычный научный оборот, описан и классифицирован эмпирический материал китайских медиаресурсов, ранее не становившийся объектом научного исследования;

- раскрыты механизмы медиасоциализации китайских подростков на основе нового эмпирического материала;
- прослежена динамика изменений частоты использования интернет-языка в повседневных медиакоммуникациях китайских подростков;
- подтверждена на новом материале прямая зависимость от возраста подростков-коммуникаторов трансформаций семантических значений устойчивых лексических единиц китайского языка при переносе этих единиц в контекст онлайн-взаимодействия;
- выявлены особенности государственного регулирования медиапотребления подростков в Китае.

Теоретическая значимость диссертационного исследования.

Основные суждения, положения и выводы диссертации вносят вклад в методологическое развитие медиапсихологии как научной теории в контексте теории медиакоммуникаций. Выявление динамики изменений языка китайских подростков в результате медиасоциализации вносит вклад в развитие филологии и медиастилистики, даёт основания для прогноза изменений в развитии языка под влиянием медиапространства и лексики подростков (цифровых аборигенов). Изученность и систематизация моделей социализации (медиасоциализации) подростков Китая имеет ценность для теории институциональных матриц (для X-матрицы) в контексте коммунитарной идеологии. В диссертации «медиаобразование» как научно-методологическое понятие осмыслено в связи с процессом глубокой медиатизации в Китае, что даёт дополнительные импульсы к развитию концепта информационной культуры. Автор диссертации вводит в научный оборот эмпирические данные в области влияния новых медиа на молодых людей, что формирует основу для компаративных изысканий при сравнении различных способов регулирования медиапространства. Результаты теоретического анализа особенностей медиарегулирования в КНР вносят новую проблематику в международную научную повестку.

Практическая значимость исследования. Результаты диссертации востребованы в образовательном контексте: для обновления учебных дисциплин высшей школы по журналистике, в том числе по следующим дисциплинам: «Анализ данных социальных сетей», «Социокультурная коммуникация», «Управление дистрибуцией контента в медиа», «Теория и практика медиапсихологии». Данные, приведенные в диссертации, могут применяться при разработке соответствующих законов и постановлений, а также использоваться для стандартизированного управления общественными процессами, чтобы цифровая медиасреда могла в большей степени удовлетворять социальные потребности молодых людей. Диссертационное исследование содержит конкретный эмпирический материал для создания новых китайско-российских гуманитарных образовательных программ.

Эмпирическая база и хронологические рамки диссертации. Документы первичного анализа включают в себя результаты анкетного опроса 251 учащегося в возрасте от 11 до 19 лет по теме «Использование новых медиа подростками», а также опроса 119 родителей и 16 учителей по теме «Влияние новых медиа на социализацию подростков (версия родителей, учителей)». Исследование проведено автором диссертации в провинции Нинся, Китай. Эмпирической базой для изучения проявления первичной социализации подростков послужила совокупность поликодовых *текстов* (соединение в едином пространстве знаков различных семиотических систем: изображение, вербальный текст в устной или письменной форме, музыка), размещенных на сетевой платформе Douyin (так называемый китайский TikTok). Изучены текстовые комментарии (более 150) к стриминговым трансляциям игры League of Legends Pro League, рассмотрены текстовые комментарии к контенту на платформе Danmaku (система анонимных комментариев, продвигающихся по экрану справа налево по мере воспроизведения видео), аудиовизуальное содержание видеороликов видеохостинга Bilibili.com. Была сделана выборка 200 видеороликов, опубликованных на Bilibili.com, с большим количеством просмотров за

период с сентября по декабрь 2020 года. Из них были отобраны 18 самых популярных. Далее было отобрано по 100 комментариев к каждому видеоролику, текст каждого комментария закодирован как единица анализа. Таким образом, для исследования использовалось 1800 единиц анализа.

Также материалом для анализа стали тексты документной коммуникации¹⁵: «Статистический отчет о состоянии развития Интернета в Китае» (2018–2022), подготовленного Китайским центром интернет-информации, «Синяя книга для подростков: отчет об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами» (2009–2022) — совместная работа Китайского информационного интернет-центра и Департамента защиты прав и интересов подростков Центрального комитета комсомола. Хронологические рамки (работа с эмпирическим материалом, проведение опроса и анкетирование, анализ текстов) ограничены 2018-2022 гг.

Степень достоверности обеспечивается совокупностью факторов. Во-первых, выводы диссертации базируются на системном изучении и научном анализе тщательно подобранных, признанных в научном сообществе теоретико-методологических источников. Во-вторых, в рекомендациях и выводах автором учтены новые актуальные данные, полученные при помощи апробированных в гуманитарных исследованиях технологий и методов (количественных и качественных). В-третьих, ключевые положения диссертации были представлены экспертному сообществу и снискали одобрение. В-четвёртых, при анализе медийного контента автором применялись точные компьютерные алгоритмы, в результате были получены проверяемые и воспроизводимые итоги¹⁶. В-пятых, эмпирический материал, привлеченный и полученный лично автором, полностью соответствует предмету исследования. В-шестых, автором использовался корректный, не допускающий разночтений терминологический аппарат.

¹⁵ Таюпова О. И., Юсупова Л. Г. Лингвистические аспекты теории коммуникации // Вестник Башкирского университета. 2014. Т. 19. № 2. С. 561-565.

¹⁶ См. анализ 1800 медиакомментариев в главе 3. Для кодировки использовались два отдельных кодировщика, при этом коэффициент Cohen's Kappa по результатам кодирования был выше 0,75, что свидетельствует о высокой надежности результатов.

Апробация работы. Промежуточные результаты исследования представлены автором на международных и всероссийской конференциях МГУ и РУДН по проблемам межкультурных коммуникаций, журналистики и языка медиа: «Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия», «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы, 2022», «Ружниковские чтения, 2023». Со студентами первого курса магистратуры «Организация информационного производства» в рамках дисциплины «Маркетинговое мышление и медиапространство» автором диссертации в 2023 году проведено два мастер-класса на темы «Особенности самопрезентации китайских подростков в коротких видео сети Douyin», «Цифровые медиа: идолопоклонство и социализация подростков в Китае».

Основные положения диссертации опубликованы в журналах, индексируемых ВАК и Scopus: «Медиаскоп» («Китайские видеоплатформы Danmaku и становление сетевой субкультуры поколения Z на примере Bilibili.com») и «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика» («Позиционирование как дискурсивная стратегия»; «Возможности и риски в процессе социализации современных подростков в среде новых медиа»).

Структура и композиция диссертационного сочинения определяется целью, задачами и логикой исследования, гипотезой и выдвинутыми для защиты положениями. Работа состоит из трёх глав, в каждой по три раздела с промежуточными выводами, пятью таблицами и четырьмя диаграммами. В первой главе последовательно решаются первые две, обозначенные на пути к достижению цели, задачи, во второй главе, соответственно, следующие две задачи, в третьей главе, оставшиеся пятая и шестая задачи.

Список литературы представлен 189 источниками на трёх языках – русском, китайском, английском. Два приложения дополняют исследование: «Вопросник по использованию новых медиа среди подростков» и «Вопросник по влиянию новых медиа на социализацию подростков (версия для родителей, учителей)».

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ВЛИЯНИЯ СМИ НА СОЦИАЛИЗАЦИЮ ПОДРОСТКОВ

Социализация затрагивает как общество, так и индивида. С точки зрения общества, это процесс превращения естественного человека в социального. Это превращение в человека, который может адаптироваться к определенной социальной культуре, участвовать в социальной жизни, выполнять определенные роли и модели поведения и иметь здоровую личность. С точки зрения индивида, социализация представляет собой процесс постепенного понимания естественным человеком самого себя и превращения в квалифицированного члена общества посредством контакта и взаимодействия с другими людьми в определенной социальной среде.

Процесс социализации человека включает в себя социализацию подростков, что является процессом, в котором молодые люди приобретают свою родную (национальную) культуру и стиль бытия. Это происходит путем самообучения и получения образования с целью построения своей социальной психологии и социальной идентичности. В условиях, когда смартфон, Интернет и многочисленные мобильные приложения стремительно распространяются и становятся частью повседневной жизни подростков, что приносят цифровые медиа? Повлияют ли они в итоге на их умственное развитие? Окажут ли влияние на социальные навыки молодых людей? Не заставляют ли медиа слишком рано вступать в мир взрослых?

Эти вопросы, сопровождавшие развитие средств массовой информации, поставлены сегодня в общественную повестку, и они имеют острую актуальность. В связи с изучением данных проблем в историко-филологическом ключе необходимо рассмотреть и сгруппировать основные теоретические точки зрения и выводы исследований, посвященных СМИ и подросткам.

1.1. Изучение медийных эффектов: историческая ретроспектива

От распространения популярных книг и комиксов до популярности кино и телевидения и быстрого развития цифровых медиа каждая революция в медиатехнологиях всегда вызывала новую волну озабоченности в обществе. Новые проблемы, как всегда, являются ответом на старые вопросы о том, как медиатехнологии влияют на детей и подростков. Исходя из характеристики влияния СМИ на подростков, дискуссию можно разделить на полезность и вредность СМИ. Вредность СМИ состоит в потенциально вредном воздействии конкретного медиаконтента на подростков, например в возможном влиянии насилия и порнографии на психологическое, эмоциональное и социальное развитие молодых людей. Полезность СМИ заключается в преимуществах медиатехнологий в жизни детских групп, таких как повышение эффективности обучения, расширение взаимодействия и стимулирование социализации. В исследованиях о том, как СМИ влияют на социализацию подростков, основными направлениями являются социальная связь, формирование идентичности, когнитивное, психологическое и физическое развитие. В соответствии с ролью СМИ в социализации подростков теоретические рамки исследований меняются от посредничества к медиатизации. Медиация рассматривает, что СМИ делают для подростков или как подростки используют СМИ, подчеркивая функцию СМИ как посредника в человеческом общении и связи. Медиатизация рассматривает подростков как активных участников развития социальной культуры и полагает, что социальная структура и социальная культура развиваются под воздействием медиатехнологий.

Исследования влияния кинофильмов на подростков

После промышленной революции в XVIII веке ориентированная на рынок британская издательская индустрия быстро развивалась благодаря высокой производительности труда, вызванной инновациями машин, а в XIX

веке произошел взрыв доступности дешевых популярных книг. В 1888 году британский критик и педагог Эдвард Сэлмон опубликовал книгу о юношеской литературе, в которой критиковал «грошовую беллетристику» викторианской эпохи и указывал на потенциальные негативные последствия¹⁷. Грошовые страшилки часто продавались как откровенные истории ужасов, и «этим пропитанным ядом страницам» были «в основном подчинены сыновьям рабочего класса»¹⁸. По мнению Эдварда Сэлмона, мальчики, которые читали такие дешевые романы, были уязвимы перед сенсациями газет, когда становились взрослыми. Его беспокоит то, что, даже если подобная вульгарность не обязательно приведет к прямому преступлению, она сильно испортит вкус мальчиков, которые в будущем будут обладать голосами избирателей, и тем самым повлияет на будущую политическую жизнь Великобритании. Влияние СМИ на детей и подростков вызывает интерес со времен популярности дешевых изданий, но только после популярности фильмов эта тема официально вышла на первый план в сознании исследователей.

В начале XX века, по мере совершенствования технологии движущегося изображения, просмотр фильмов стал новым популярным времяпрепровождением, сопровождавшимся беспокойством о детской аудитории. Любовь, преступления и секс в фильмах рассматривались как вызов моральным нормам общества, поэтому несколько общественных организаций пытались использовать различные методы для оценки влияния фильмов на детей, а первое крупное исследование было проведено при поддержке фонда Пейна.

С 1929 по 1932 год финансируемые фондом Пейна исследователи изучали влияние фильмов на детей с точки зрения их воздействия на получение информации, изменение отношения, эмоциональное стимулирование, степень ущерба здоровью, уровень

¹⁷ Salmon, E. (1888). *Juvenile literature as it is*. London: Henry J. Drane.

¹⁸ Castells, M. (2011). A network theory of power. *International Journal of Communication*, 5, 773–787.

моральной эрозии и личное поведение. Эти исследовательские вопросы остаются актуальными и сегодня¹⁹. В исследовании приняли участие в общей сложности десятки тысяч респондентов, использовались тщательно разработанные методы исследования, такие как контент-анализ, методы опроса, экспериментальные методы и метод личной автобиографии Г. Бруммера.

Результаты нескольких исследований доказывают, что фильмы негативно влияют на детей; дети могут получить значительный объем информации из фильмов, что обеспечивает особый способ обучения; фильмы влияют на отношение детей к этнической принадлежности, национальности, социальным проблемам, стимулируют их эмоции, влияют на сон, размывают моральные ценности. Содержание фильмов также заставляет подростков подражать одежде, манерами стилю любви героев фильмов; кроме того, фильмы дают многочисленные представления о социальных ролях и общественном порядке, таких как война, семья, жизнь, работа, секс, нормы, романтическое поведение, религиозные убеждения, социальные роли мужчин и женщин. Обсуждаемые вопросы и методы, использованные в данном исследовании, закладывают основу для последующих исследований в области медиа и молодежи, а также дают примеры смежных теорий.

Г. Бруммер использовал личную автобиографию для изучения влияния телевидения на повседневное поведение детей, предоставляя информацию о подражании детей, эмоциональном развитии подростков и понимании подростками мира взрослых, и считается пионером теории подражания и теории смысла²⁰. Однако данное исследование также имеет свои ограничения: из-за рамок социальной среды и идеологии того времени, под влиянием так называемой теории «волшебной пули» оно сосредоточилось только на одностороннем влиянии фильмов на детей, игнорируя инициативу детей. В то же время из-за коммуникационных характеристик среды фильмов зрители

¹⁹ Jowett, G. S., Jarvie, I. C., & Fuller, K. H. (1998). Children and the movies: Media influence and the Payne Fund controversy. *Philosophy of the Social Sciences*, 28, 155–157.

²⁰ Lowery, S. A., & DeFleur, M. L. (1983). *Milestones in mass communication research: Media effect* (p. 382). New York: Longman.

не могут напрямую взаимодействовать с фильмами; а поскольку фильмы показываются в кинотеатре, исследователь не смог учесть инициативу детей и сосредоточил внимание на том, какое влияние оказывает содержание фильма на детей. Благодаря данному исследованию негативное влияние СМИ на подростков стало предметом социальной озабоченности, а вредность средств массовой информации стала главным аргументом в изучении СМИ и подростковой социализации.

Исследования влияния телевидения на детей и подростков

В 1950-х годах, когда новое средство массовой информации – телевидение – стремительно набирало популярность, его влияние, особенно на детей, вызвало беспокойство в обществе. Исследования того времени показали, что просмотр телевизора сокращает время, затрачиваемое детьми на все виды повседневной деятельности: меньше времени уделяется играм в помещении и на улице, помощи по дому (например, приготовлению пищи и уборке), вытесняются телевидением прослушивание радио, просмотр фильмов и чтение²¹.

На этом фоне Уилбур Шрамм, Джек Лайл и Эдвин Паркер провели масштабное исследование взаимоотношений между телевидением и детьми в Северной Америке²². В центре внимания было изучение использования и удовлетворенности детей телевидением. В период с 1958 по 1960 год Шрамм и его коллеги провели 11 исследований, используя анкеты, дневниковые опросы, интервью и другие методы для сбора большого количества данных от 5991 ученика, 1958 родителей и сотен учителей, чиновников и других заинтересованных лиц в 10 населенных пунктах США и Канады. Исследователи выделили три основные причины, по которым дети смотрят телевизор: развлечение, доступ к информации и участие в социальной

²¹ Lowery, S. A., & De Fleur, M. L. (1983). *Milestones in mass communication research: Media effect* (p. 382). New York: Longman.

²² Schramm, W. (1965). *Television in the lives of our children*. Stanford: Stanford University Press.

деятельности, связанной с телепросмотром. После анализа воздействия среды было установлено, что влияние телевидения на детей тесно связано с пятью факторами: возраст, IQ, пол, социальный класс и социальные отношения, которые влияли на продолжительность просмотра телевизора детьми, а также на социальное познание, эмоции и поведение детей. Но, как заключили У. Шрамм и его коллеги, «исследования показали, что угрозы, исходящие от телевидения для детей, сложны, но не очевидны. <...> В большинстве случаев телевидение оказывается ни плохим, ни хорошим для большинства детей»²³. Следует подчеркнуть, что модели эффектов телевизионных исследований спустя примерно сорок лет были взяты за основу при изучении эффектов цифровой среды Интернета.

В отличие от исследования воздействия фильмов на детей, авторы исследования «Телевидение в жизни детей» отошли от рассмотрения детей как пассивных получателей телевизионной информации и сфокусировались на том, что дети делают при просмотре телевизора. У. Шрамм и его коллеги утверждали, что дети не являются пассивными получателями телевизионного воздействия, а скорее активными агентами (active agents), которые выбирают контент на телевидении, наиболее соответствующий их интересам и потребностям. Они не преувеличивали влияние телевидения на детей и учитывали множество сложностей детской социализации, обеспечивая ориентир для последующих исследований. В их исследовании есть несколько выводов, которые стоит отметить:

– когда дети вступают в подростковый возраст, они быстро учатся смотреть взрослые программы и тратят 79 % своего телевизионного времени именно на их просмотр. Этот вывод заставил авторов предупредить, что «сетям, которые думают, что делают программы для взрослых, хорошо бы пересмотреть возраст своей аудитории»²⁴;

²³ Schramm, W. (1965). *Television in the lives of our children* (p. 13). Stanford: StanfordUniversity Press.

²⁴ Ibidem, p. 95.

– откровенно ложное изображение взрослой жизни на телевидении не окажет положительного влияния на процесс социализации ребенка и может привести к тому, что позже в жизни ему придется тяжело перестраиваться;

– посредством телевидения происходит случайное обучение, то есть ребенок смотрит телевизор не с целью получения информации, а с целью развлечения, и учится, получая удовольствие.

Эти явления существуют и сейчас; кроме того, в эпоху новых медиа они стали еще более сложными. Данные подходы позволяют исследовать новые медиа и подростков.

Исследование СМИ и насилия, проведенное в США в 1960-х годах, было посвящено вопросу телевизионных развлечений и насилия, а также рассматривало проблему телевизионного насилия и социализации подростков²⁵. Исследователи предположили, что СМИ формируют эти представления, поднимая вопросы о том, что такое общество, каковы социальные нормы и какое поведение считается подходящим в различных ситуациях. Из жизни, изображенной в СМИ, дети могут усвоить идеи как свои собственные.

Таким образом, если дети смотрят телевизионное насилие день за днем, неделю за неделей и год за годом, это может повлиять на их отношение и представление о насилии, а также на агрессивное поведение. Эта позиция согласуется с мнением Г. Бруммера в его исследовании о влиянии фильмов на детей и мнением У. Шрамма и Э. Паркера о «случайном обучении».

Исследовательские работы, посвященные СМИ и насилию, показали, что телевизионный контент сильно пропитан насилием, что дети все чаще подвергаются воздействию насильственного контента и что регулярный или частый просмотр телевизионных программ с насилием потенциально может вызвать насильственное поведение.

²⁵ Lange, D., Baker, R. K., & Ball-Rokeach, S. (1969). *Mass media and violence: A report to the National Commission on the Causes and Prevention of Violence* (vol. 11). US Government Printing Office.

Наблюдательное обучение проходит в три этапа: наблюдение за поведением, приобретение поведения и выполнение поведения. Однако то, при каких именно условиях подростки будут совершать насильственные действия, не объясняется в исследовании полностью, поэтому его авторы сделали осторожный вывод, что телевизионное насилие является лишь одной из многих причин насильственного поведения.

В этом исследовании изучение влияния телевизионного насилия на агрессивное поведение детей было сосредоточено на краткосрочных эффектах, а в большинстве исследований использовался классический дизайн А. Бандуры для изучения имитационного поведения. А. Бандура предложил детям, участвующим в исследовании, наблюдать, как модель совершает серию насильственных действий в отношении пластиковой куклы: одной группе показали, как модель вознаграждается за свое поведение, другая группа наблюдала незначительные последствия, а третья – наказание модели. После этого дети были помещены в игровую среду для наблюдения за их подражательным поведением. Обнаружилось, что ребенок усвоил агрессивное поведение и был способен повторить его, когда среда побуждала его к действию²⁶. Экспериментальный дизайн А. Бандуры был успешно продемонстрирован несколько раз в лаборатории, и таким образом была предложена *теория социального обучения*, оказавшая глубокое влияние на изучение СМИ и детей.

В 1980-х годах влияние телевидения перестало фокусироваться на насилии, и предметом исследований телевидения и подростков стало влияние телевидения на *просоциальное* (направленное на пользу другим людям или обществу) поведение, здоровье, семейную деятельность и другие аспекты социальной жизни.

В 1979 году группа консультантов, состоящая из экспертов по СМИ, ученых-бихевиористов, исследователей детского развития и специалистов по

²⁶ Bandura, A. (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(6), 589.

психическому здоровью, под руководством Дэвида Перла провела всесторонний комплексный обзор существующей на тот момент литературы и опубликовала отчет «Телевидение и поведение: десять лет научного прогресса и последствия для восьмидесятых» в 1982 году. В отчете обсуждались семь областей: насилие, здоровье, просоциальное поведение, когнитивные и эмоциональные аспекты просмотра телевизора, семья и межличностные отношения, социальные убеждения и поведение, а также влияние телевидения на американскую систему.

В области телевидения и насилия было обнаружено, что просмотр большого количества телепередач с насилием положительно связан с наблюдательным обучением и изменением отношения. Что касается просоциального поведения, то экспериментальные и полевые исследования показали, что телевизионные и кинопрограммы могут изменить просоциальное поведение зрителей, а дружелюбие, сотрудничество, услужливость, щедрость, соблюдение правил, отсроченное удовлетворение и настойчивость при необоснованных страхах могут быть улучшены с помощью телевидения²⁷. Данные выводы свидетельствуют о том, что люди учатся, смотря телевизор, и то, чему они учатся, зависит от содержания телевизионной программы. Как заключает Д.П. Руштон, «телевидение – это эффективный социализирующий агент, и телевизионные программы могут изменить восприятие зрителями мира и научить людей, как в нем жить»²⁸.

Важно отметить, что данное исследование переносит фокус изучения телевизионных эффектов с краткосрочных, прямых на долгосрочные, косвенно действующие эффекты, что также является примером теории

²⁷Pearl, D., Lazar, J. B., & Bouthilet, L. (Eds.). (1982). *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (vol. 1). US Department of Health and Human Services, Public Health Service, Alcohol, Drug Abuse, and Mental Health Administration, National Institute of Mental Health.

²⁸Rushton, J. P. (1982). Television and prosocial behavior. *Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties*, 2, 255.

накопления медиаэффектов М.Л. Дефлера²⁹. Теория значения медийных изображений (the meaning theory of media portrayals), которая проясняется в указанном отчете, подчеркивает роль массовой коммуникации в социальном конструировании интерпретаций реальности: люди узнают значение, социальные сигналы, индивидуальные поведенческие результаты и социальные отношения из медийных изображений. Показано, что медиа полезны в области просоциального поведения, с тех пор медийная вредность и медиаполезность стали двумя основными аргументами в пользу медиа и социализации подростков.

В 2003 году на русский язык была переведена книга «Застывший взгляд» немецкого филолога и философа Райнера Пацлафа. Это результат его многолетних исследований влияния телевидения на детей на материале опросов и наблюдений за детьми в Западной Европе и США. Им было обнаружено и доказано, что телесмотрение парализует сканирующие усилия глаза (эффект застывшего взгляда), что приводит в итоге к застою воли и деградации личности³⁰.

Труды о влиянии традиционных СМИ на подростков в основном являются исследованиями эффектов, это связано с *коммуникационными* характеристиками СМИ: будь то книги, фильмы или телевизионные программы, подростки не могут участвовать в производстве содержания СМИ, которое обычно выбирают журналисты, редакторы, писатели и режиссеры. СМИ все еще играют роль «посредника» в коммуникационном процессе «передатчик – средство – получатель», и хотя подростки имеют некоторую инициативу в выборе содержания СМИ, тем не менее, из-за того, что содержание СМИ ограничено, они могут выбирать, что смотреть, только в небольших масштабах. Поэтому на данном этапе изучения влияния медиа (до Интернета) подростки рассматриваются как *получатели* контента.

²⁹DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1982). *Theories of mass communication* (5th ed.). New York: Logman Inc.

³⁰ Цит. по: Волкова И. И., Лазутова Н. М. Экранные массмедиа и экология человека: от зачаровывания к присоединению // Вестник Оренбургского государственного университета. 2017. Т. 212. № 12. С. 109.

С появлением видеоигр у подростков появилась новая роль в дополнение к роли получателя – *участник*.

Видеоигры появились в конце 1970-х годов, сначала на телевидении, затем перешли на компьютеры, а затем и на мобильные устройства.

Первые эксперименты с играми на телевидении в 1960-х годах связаны с именем американского изобретателя Ральфа Байера. Он искал способ «соединить массовую аудиторию телевидения с игровым поведением (с интерактивностью, которая позволяла бы совершать какие-то действия с телевизионным изображением)»³¹.

Видеоигры в разные годы вызвали обеспокоенность по поводу их влияния на физическое здоровье, моральные ценности и насилие³², и дебаты по этим вопросам никогда не прекращались³³. Некоторые исследователи утверждают, что именно интерактивная природа компьютерных игр усиливает вред, который может нанести детям насильственный, порнографический контент по сравнению с пассивным просмотром. Если раньше дети были только *пассивными* получателями изображения на экране, то в видеоиграх они нажимают на кнопки, щелкают мышью и спускают курок, чтобы начать резню и убийства³⁴. Ранее считалось, что игры и насилие имеют связь, но до сих пор ученые путем исследований доказывают, что игры не производят негативных эффектов³⁵, а некоторые считают, что компьютерные игры оказывают положительный эффект, уменьшая время реакции, улучшая зрительно-моторную координацию и повышая уверенность игрока в себе³⁶.

³¹ Волкова И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. № 2. С. 315.

³² Funk, J. B. (1993). Reevaluating the impact of videogames. *Clinical Pediatrics*, 32(2), 86–90.

³³ Prot, S., McDonald, K. A., Anderson, C. A., & Gentile, D. A. (2012). Video games: Good, bad, or other? *Pediatric Clinics*, 59(3), 647–658.

³⁴ Grossman, D., & De Gaetano, G. (1999). *Stop teaching our kids to kill: A call to action against TV, movie & video game violence*. Crown Publishers.

³⁵ Bensley, L., & Van Eenwyk, J. (2001). Video games and real-life aggression: Review of the literature. *Journal of Adolescent Health*, 29(4), 244–257.

³⁶ Ibidem.

Изучение влияния Интернета на подростков

В начале 1990-х годов, когда Интернет стал частью средств массовой информации, исследователи начали уделять внимание влиянию Интернета на подростков. Развитие Интернета можно разделить на два этапа: Веб 1.0 и Веб 2.0. На этапе Веб 1.0 доминировало применение порталов, чатов и расширение выбора контента участниками, а устройствами, используемыми в этот период, были настольные компьютеры и ноутбуки. Веб 2.0 характеризуется появлением мобильного интернета и социальных медиа, а подростки начали появляться как действующие лица в киберпространстве. Ввиду различий между этими двумя этапам, они будут обсуждаться отдельно.

После публикации книг Н. Негропонта³⁷ «Цифровое выживание» и Дона Тэпскотта³⁸ «Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта» «поколение Net» стало названием поколения подростков, которые достигли совершеннолетия с появлением Интернета и приложений для обмена мгновенными сообщениями.

Поколение Net учится, играет, взаимодействует и живет совершенно иначе, чем их родители. По сравнению с исследованиями влияния телевидения на социализацию подростков, ученые по-прежнему изучают влияние Интернета на социализацию подростков как с точки зрения использования СМИ, так и воздействия медиаконтента, поскольку Интернет предлагает больше возможностей использования и более богатый информационный контент, появляется новое влияние на социальные связи подростков, поиск идентичности, когнитивное развитие, физическое и психическое здоровье.

С точки зрения использования Интернет влияет на социальные взаимодействия подростков и порождает проблемы интернет-зависимости и нежелательного поведения в Сети. Одно из исследований показало, что использование Интернета сокращает межличностное взаимодействие

³⁷ Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: Knopf.

³⁸ Tapscott, D. (1998). *Growing up digital*. San Francisco: McGraw-Hill Companies.

подростков в реальной жизни (например, с семьей, друзьями, сверстниками), усиливает их чувство изоляции³⁹ и создает риск формирования опасных онлайн-отношений с незнакомыми людьми⁴⁰.

Однако последующие исследования продемонстрировали, что использование Интернета не заменяет другие виды социальной активности подростков⁴¹, а также улучшает отношения со сверстниками, способствует формированию дружеских отношений между подростками и выполняет важную функцию в развитии и поддержании социальных отношений в подростковом возрасте⁴².

Исследование, проведенное в 2001 году Исследовательским центром Пью, может объяснить, почему Интернет способен укрепить дружеские отношения: «Отношения, которые раньше могли угаснуть, теперь подпитываются легкостью и скоростью обмена мгновенными сообщениями и сообщениями электронной почты. Романтические отношения начинаются и заканчиваются в Интернете. Трудные разговоры с друзьями теперь опосредованы эмоциональной дистанцией, которую обеспечивает Интернет. Задуманные разговоры иногда кажутся легче, чем те, которые происходят лицом к лицу. Подростки говорят, что это может быть очень полезно, особенно в неловких ситуациях или в те моменты, когда они стесняются говорить»⁴³.

³⁹ Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017.

⁴⁰ Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420–435.

⁴¹ Mesch, G. S. (2001). Social relationships and Internet use among adolescents in Israel. *Social Science Quarterly*, 82(2), 329–339.

⁴² Lin, S. S., & Tsai, C. C. (2002). Sensation seeking and internet dependence of Taiwanese high school adolescents. *Computers in Human Behavior*, 18(4), 411–426; Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet. *CyberPsychology & Behavior*, 8(5), 423–430; Bradley, K. (2005). Internet lives: Social context and moral domain in adolescent development. *New Directions for Youth Development*, 2005(108), 57–76.

⁴³ Lenhart, A., Rainie, L., & Lewis, O. (2001). *Teenage life online: The rise of the instant-message generation and the Internet's impact on friendships and family relationships*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.

Для молодых людей с социальной тревожностью общение в Интернете также может облегчить их социальные связи⁴⁴. Интернет-зависимость может быть вызвана использованием Интернета для общения, поиска информации и игр⁴⁵, и существует четкая связь между интернет-зависимостью и симптомами тревоги и депрессии⁴⁶. Анонимность общения в Интернете приводит к флеймингу, преследованиям в Интернете и кибербуллингу⁴⁷, а также к экстремальному социальному поведению, такому как самоповреждение⁴⁸ и киберсуицидальное поведение⁴⁹.

Что касается онлайн-контента, некоторые исследования показали, что Интернет предоставляет подросткам более широкий доступ к информации, способствующей развитию навыков образования, обучения и грамотности⁵⁰, а также к информации о здоровье, которая решает проблему относительной «информационной бедности» подростков в области здравоохранения⁵¹, что благоприятно сказывается на их когнитивном развитии.

⁴⁴ Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet. *CyberPsychology & Behavior*, 8(5), 423–430; Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Precursors and underlying processes of adolescents' online self-disclosure: Developing and testing an “Internet-attribute-perception” model. *Media Psychology*, 10(2), 292–315.

⁴⁵ Tsai, C. C., & Lin, S. S. (2003). Internet addiction of adolescents in Taiwan: An interview study. *CyberPsychology & Behavior*, 6(6), 649–652; Kaltiala-Heino, R., Lintonen, T., & Rimpelä, A. (2004). Internet addiction? Potentially problematic use of the Internet in a population of 12–18-year-old adolescents. *Addiction Research & Theory*, 12(1), 89–96; Siomos, K. E., Dafouli, E. D., Braimiotis, D. A., Mouzas, O. D., & Angelopoulos, N. V. (2008). Internet addiction among Greek adolescent students. *CyberPsychology & Behavior*, 11(6), 653–657.

⁴⁶ Ha, J. H., Kim, S. Y., Bae, S. C., Bae, S., Kim, H., Sim, M., ... & Cho, S. C. (2007). Depression and Internet addiction in adolescents. *Psychopathology*, 40(6), 424–430.

⁴⁷ Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1–5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>

⁴⁸ Whitlock, J. L., Powers, J. L., & Eckenrode, J. (2006). The virtual cutting edge: The internet and adolescent self-injury. *Developmental Psychology*, 42(3), 407.

⁴⁹ Naito, A. (2007). Internet suicide in Japan: Implications for child and adolescent mental health. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 12(4), 583–597.

⁵⁰ Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1–5.

⁵¹ Gray, N. J., Klein, J. D., Noyce, P. R., Sesselberg, T. S., & Cantrill, J. A. (2005). Health information-seeking behaviour in adolescence: The place of the Internet. *Social Science & Medicine*, 60(7), 1467–1478.

Вместе с тем существуют также исследования, демонстрирующие негативное влияние использования Интернета на когнитивное развитие подростков, например раннее начало половой жизни подростков из-за взаимодействия с Интернетом, которое для всё большего числа подростков начинается на уровне средней школы⁵².

Первые исследования Интернета и социализации подростков были посвящены тому, является ли использование Интернета полезным или вредным для социальных связей подростков, формирования идентичности и когнитивного развития. На теоретическом уровне ученые придерживались модели эффектов телевизионных исследований: каково влияние использования Интернета и интернет-контента на подростков?

В то же время моделью интерпретации для исследователей стала «теория использования и удовлетворения», то есть что подростки делают с Интернетом и что они от этого получают? Это связано с появлением видеоигр и порталов, которые значительно расширили инициативу и выбор контента у подростков, сделав их не только получателями, но и участниками Сети.

Ранние исследования рассматривали медиа как посреднический элемент, фокусируясь на процессе коммуникации и передаваемом медиатором содержании, подчеркивая, что медиа является посредником всей деятельности человека по коммуникации и взаимодействию, связью между двумя взаимно различимыми элементами, компонентами или процессами⁵³, поэтому ученые назвали данное явление медиацией (mediation)⁵⁴.

Исследования влияния новых медиа на подростков

⁵² Bradley, K. (2005). Internet lives: Social context and moral domain in adolescent development. *New Directions for Youth Development*, 2005(108), 57–76.

⁵³ Бу Цзин. История становления и размышления о раннем подъеме коммуникации в Китае и США. Цзинань: Шаньдунско-национальное издательство, 2011. 198 с. (伍静: 中美传播学早起的建制史与反思)

⁵⁴ Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203155363>

С 2005 года были созданы такие социальные сети, как Facebook⁵⁵, Twitter, «ВКонтакте», QQ, и видеоплатформы, как YouTube, которые постепенно становились популярными среди пользователей, а затем появились смартфоны, перенесшие социальные связи и взаимодействия в мобильный формат новых медиа. Развитие медиатехнологий привело к появлению новых медиаплатформ, что, в свою очередь, изменило поведение пользователей медиа. По сравнению с первыми днями появления Интернета значительно возрос объем доступа к Интернету и количество мобильных телефонов в домах молодых людей, а также увеличилось время, проводимое с использованием новых медиа, таких как компьютеры и мобильные телефоны⁵⁶.

По мере того, как Интернет вступает в эпоху Веб 2.0, парадигма «посредничества» исследований больше не может соответствовать новым изменениям, вызванным развитием интернет-технологий. Патрисия Гринфилд и Чжэн Янь утверждали, что для понимания «конструктов» развития молодых пользователей Интернета необходимо выйти за рамки исследований «посредничества», они предложили четыре новых направления:

- 1) Интернет как новая социальная среда;
- 2) Интернет как новый культурный инструмент;
- 3) Интернет как новый когнитивный объект;
- 4) Интернет как источник новых подходов к исследованию развития⁵⁷.

Эти новые направления исследований показывают, что ученые больше не рассматривают подростков как «получателей» и «участников», но как конструкторов и «действующих лиц» новой социальной среды. Это открывает *новую перспективу* для изучения подростковой социализации.

Поскольку цифровые медиа, основанные на мобильных устройствах и интеллектуальных алгоритмах, постепенно входят в жизнь людей,

⁵⁵ Социальная сеть Facebook признана экстремистской в России.

⁵⁶ Rideout, V. J., Foehr, U. G., & Roberts, D. F. (2010). *Generation M2: Media in the lives of 8-to 18-year-olds*. Henry J. Kaiser Family Foundation.

⁵⁷ Greenfield, P., & Yan, Z. (2006). Children, adolescents, and the Internet: A new field of inquiry in developmental psychology. *Developmental Psychology*, 42(3), 391.

в исследованиях медиа и молодежи появились новые теоретические модели и методы исследования, а *медиа́тизация* стала *новой парадигмой коммуникационных исследований*. В отличие от посредничества (медиации), медиа́тизация фокусируется на более долгосрочном процессе изменения социальных и культурных механизмов и моделей взаимодействия, вызванных растущим влиянием медиа.

Рассмотрение М. Маклюэном отношений между медиатехнологиями и человеческим обществом дает новый взгляд на медиа, которые являются не только продолжением человека и приносят новое изменение масштаба, скорости и режима в человеческую деятельность⁵⁸, но и изменяют формы *социальной организации и способы человеческого взаимодействия*.

Медиа́тизация относится к взаимному построению медиа и других сфер социальной структуры, роль медиа в социальной форме человечества гораздо более значительна, чем содержание, медиа формируют культурные формы все более многообразными, и даже непосредственное возникновение поля действия и социального поля, созданных медиа, является процессом социальной адаптации к медиасреде⁵⁹.

Это означает изменения в социальных взаимодействиях и социальных отношениях между различными социальными субъектами, включая изменения в отношениях между людьми и организациями, людьми и медиа, обществом и медиа. Возникновение парадигмы *медиа́тизации* не означает, что парадигма *медиации* исследований была полностью заменена. В действительности большинство исследований мобильного Интернета и подростков все ещё следуют парадигме медиации.

Что делают подростки с мобильными устройствами? Какое влияние оказывают новые медиа и новый контент на подростков? Какие вопросы социализации подростков все еще актуальны в эпоху новых медиа? Какие

⁵⁸Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. Даокуань Хэ. Пекин: Изд-во коммерческой прессы, 2000. С. 34. (麦克卢汉: 理解媒介)

⁵⁹Asp, K. (2014). News media logic in a new institutional perspective. *Journalism Studies*, 15(3), 256–270.

новые изменения произошли в новый период по сравнению с ранними исследованиями Интернета? Об этом можно судить по следующим моментам.

1. *Социальные связи.* Благодаря новым цифровым медиасетям, услугам и технологиям появились сетевые сообщества (networked publics)⁶⁰, обеспечивающие относительно автономное пространство, в котором подростки могут устанавливать и поддерживать социальные связи. По сравнению с ранним Интернетом, сетевые сообщества ещё больше укрепляют связи со сверстниками и ослабляют участие авторитетных взрослых, таких как родители и учителя, в среде сверстников⁶¹. Положительные эффекты онлайн-общения существуют, но появляются новые негативные последствия, такие как социофобия – подростки предпочитают общаться с помощью текстовых сообщений, а не лицом к лицу, причем основными причинами выбора текстовых сообщений являются скорость, простота, время на обдумывание ответа и конфиденциальность⁶². В то же время постоянный контакт также приносит тревогу по поводу потери связи⁶³, под влиянием технологий происходит переход от киберинтимности к киберсолидности⁶⁴.

2. *Поиск идентичности.* Прежде чем возник Интернет, проблема исследования подростковой идентичности была тесно связана с влиянием образов СМИ на восприятие подростками гендерных ролей и выбор

⁶⁰ Boyd, D. (2008). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In David Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning) (pp. 119–142). Cambridge, MA: MIT Press. <https://doi.org/10.1162/dmal.9780262524834.119>

⁶¹ Ito, M. (2013). *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media* (p. 440). Cambridge, MA: MIT Press.

⁶² Rideout, V., & Robb, M. B. (2018). *Social media, social life: Teens reveal their experiences*. San Francisco, CA: Common Sense Media.

⁶³ Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*, 61, 1–11.

⁶⁴ Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.

профессии⁶⁵. Данная исследовательская проблема существует и после появления Интернета, но развитие медиатехнологий обеспечивает подросткам такое же социальное развитие и коммуникационное пространство для исследования идентичности, как и взрослым.

Развитие цифровых технологий позволило подросткам осуществлять больше видов деятельности в Интернете, подростки обращаются к самопрезентации и конструированию идентичности в киберпространстве, демонстрация и контроль самовосприятия на Facebook⁶⁶, Instagram⁶⁷ и других платформах становятся важными средствами формирования «Я»⁶⁸. Новые медиаинструменты помогают подросткам воплощать различные социальные роли, которые они хотят играть, встраиваться в онлайн-социальные взаимодействия и расширять поиск своего социального «Я».

Видимость, актуальность, постоянство, анонимность и интерактивность социальных сетей также обеспечивают потенциальную социальную поддержку и мощные ресурсы идентичности для подростковых групп ЛГБТК (геи, лесбиянки, бисексуалы, асексуалы, трансгендеры, интерсексуалы и другие сексуальные меньшинства)⁶⁹.

⁶⁵ Poole, M. E., & Cooney, G. H. (1985). Careers: Adolescent awareness and exploration of possibilities for self. *Journal of Vocational Behavior*, 26(3), 251–263; Corbett, J. B. (2001, December). Women, scientists, agitators: Magazine portrayal of Rachel Carson and Theo Colborn. *Journal of Communication*, 51(4), 720–749; Sharma, K. (2015). Influence of media exposure on vocational interest among adolescents. *International Journal of Applied Research*, 1(10), 30–33.

⁶⁶ Социальная сеть Facebook признана экстремистской в России.

⁶⁷ Социальная сеть Instagram признана экстремистской в России.

⁶⁸ Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1–18.

⁶⁹ Craig, S. L., & McInroy, L. (2014). You can form a part of yourself online: The influence of new media on identity development and coming out for LGBTQ youth. *Journal of Gay & Lesbian Mental Health*, 18(1), 95–109; Fox, J., & Ralston, R. (2016). Queer identity online: Informal learning and teaching experiences of LGBTQ individuals on social media. *Computers in Human Behavior*, 65, 635–642; Bates, A., Hobman, T., & Bell, B. T. (2020). “Let me do what I please with it... Don’t decide my identity for me”: LGBTQ+ youth experiences of social media in narrative identity development. *Journal of Adolescent Research*, 35(1), 51–83; Berger, M. N., Taba, M., Marino, J. L., Lim, M. S., Cooper, S. C., Lewis, L., ... & Skinner, S. R. (2021). Corrigendum to: Social media’s role in support networks among LGBTQ adolescents: a qualitative study. *Sexual Health*, 18(5), 421–431.

3. *Когнитивное развитие.* В силу психологической незрелости и слабости социальных суждений подростки не способны различать информацию и легко поддаются влиянию. По сравнению с ранним развитием Интернета, различные приложения для общественных, жизненных и развлекательных целей на базе мобильных устройств делают новые медиа основным каналом и местом взаимодействия и общения, получения информации и развлечений для подростков.

Глобализированная информация и разнообразные ресурсы способствуют образованию, позволяя молодым людям узнавать обо всех аспектах жизни общества и расширять социальное познание⁷⁰, в ходе которого подростки могут развивать специализированные формы знаний и участвовать в эзотерических и нишевых сообществах, таких как гиковские и творческие сообщества⁷¹.

Более того, *основной путь моральной социализации подростков из семьи, школы и групп сверстников переходит в киберпространство*, и различные системы ценностей и моральные нормы распространяются через новые медиа, а открытость и информационный плюрализм онлайн-сообществ делают моральное когнитивное развитие более *зависимым от способности подростков к самостоятельному выбору*.

В связи с этим исследователи, в основном, занимают критическую позицию в изучении влияния онлайн-культуры на моральное развитие подростков, утверждая, что цифровые аборигены имеют поверхностное и запутанное понимание моральных концепций и легко ассимилируются с эмоциональными и отчужденными концепциями из Интернета. При этом слабые моральные взгляды, подчерпнутые в Интернете, распространяются на

⁷⁰Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71–75.

⁷¹Ito, M. (2013). *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media* (p. 440). Cambridge, MA: MIT Press.

реальность⁷², могут вызывать *ценностные конфликты* и препятствовать развитию личности.

4. *Физическое и психическое здоровье.* Исследования влияния использования новых медиа на здоровье подростков зачастую демонстрируют вредность медиа, приводящую, например, к ожирению, снижению зрения, ухудшению качества сна, деформациям позвоночника, раннему сексуальному поведению и расстройствам пищевого поведения⁷³. Кроме того, с использованием социальных сетей связано рискованное сексуальное поведение, злоупотребление психоактивными веществами и насилие⁷⁴. Избыток экранного времени также приводит к усилению чувства одиночества, депрессии, замкнутости, тревожности и проблем с вниманием⁷⁵.

В вышеупомянутом исследовании мы обнаружили, что фокус «вредных» и «полезных» медиа явно различается: в первом случае акцент делается *на содержании*, а во втором – *на связи (коммуникациях)*.

После возникновения различных социальных платформ социальные связи через медиа переплетаются с доступом людей к информации, с развлечениями и досугом, действиями и участием и т. д., которые трудно изучить в рамках традиционных исследований. Чтобы прояснить суть этих связей, простого разделения на полезное и вредное недостаточно. Поэтому некоторые исследования влияния новых медиа на социализацию подростков отошли от дуалистических рамок и рассматривают подростков как

⁷²Лю Сяоцян. Негативное влияние интернет-культуры на морально-когнитивное развитие подростков и меры борьбы с ним // Современная наука об образовании. 2010. № 21. С. 57–60. (刘晓倩: 网络文化对青少年道德认知发展的负面影响及其对策)

⁷³Foley, L. S., Maddison, R., Jiang, Y., Marsh, S., Olds, T., & Ridley, K. (2013). Presleep activities and time of sleep onset in children. *Pediatrics*, 131(2), 276–282; Rosen, L. D., Lim, A. F., Felt, J., Carrier, L. M., Cheever, N. A., Lara-Ruiz, J. M., ... & Rökkum, J. (2014). Media and technology use predicts ill-being among children, preteens and teenagers independent of the negative health impacts of exercise and eating habits. *Computers in Human Behavior*, 35, 364–375; Cookingham, L. M., & Ryan, G. L. (2015). The impact of social media on the sexual and social wellness of adolescents. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 28(1), 2–5.

⁷⁴Cookingham, L. M., & Ryan, G. L. (2015). The impact of social media on the sexual and social wellness of adolescents. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 28(1), 2–5.

⁷⁵Martin, K. (2011). *Electronic overload: The impact of excessive screen use on child and adolescent health and wellbeing*. Perth: Department of Sport and Recreation.

действующих лиц. Анализ работ, связанных с влиянием медиа на социализацию подростков, показал, что эта проблема носит междисциплинарный характер: ученые в области психологии, коммуникации, социологии и образования уделяют внимание и применяют в своих исследованиях теории и концепции из разных дисциплин.

В истории и проблематике медиа и подростковой социализации нет акцента на национально-культурных факторах, но, по сути, из-за ограничений условий изучения, ученые проводят исследования в зависимости от страны. *Тот факт, что различия в подростковой социализации между странами не указываются, не означает, что влияние национально-культурных факторов можно игнорировать.*

В следующем подразделе мы разберем и проанализируем влияния и теории, связанные с подростковой социализацией.

1.2. Изменение моделей социализации подростков в цифровую эпоху

Социализация представляет собой процесс социального взаимодействия, в ходе которого человек приобретает свою индивидуальность и учится способам участия в жизни общества или группы. Социализация происходит на каждом этапе развития человека.

Психология развития определяет возрастной диапазон подросткового возраста 11–18 лет, который считается стадией «блеска и глупости»⁷⁶, когда физическая, психологическая и социальная среды вместе влияют на развитие подростка⁷⁷. В процесс социализации человека вовлечены различные люди, группы и институты, при этом наиболее влиятельными агентами социализации для подростков являются *семья, школа, группы сверстников и средства массовой информации.*

⁷⁶Arnett, J. J. (2006). G. Stanley Hall's Adolescence: Brilliance and nonsense. *History of Psychology*, 9(3), 186–197. <https://doi.org/10.1037/1093-4510.9.3.186>

⁷⁷Susman, E. J., & Rogol, A. (2004). Puberty and psychological development. *Handbook of Adolescent Psychology* (pp. 15–44). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Семья является первым и самым важным социальным органом, в котором индивид получает социализацию. Факторы семейной среды будут оказывать тонкое и глубокое влияние на восприятие, психологию и поведенческие привычки индивида. Содержание ранней социализации личности – основные нормы поведения, представления о правильных и неправильных поступках, добре и зле, основные эмоциональные переживания, такие как дружба и уважение, – закладывается в семье. На подростковом этапе доминирующее положение семьи в процессе социализации оспаривается другими субъектами социализации, а в *современном обществе подростки все больше подвергаются влиянию новых средств массовой информации.*

Социализация в школе носит систематический характер в том смысле, что в ней, с одной стороны, преподаются различные научные знания и навыки, а с другой – формируются и утверждаются ценности учащихся; в школе осуществляется формирование представлений молодых людей, связанных с социальными нормами и правилами, социальными ролями и социальным авторитетом. *Развитие цифровых медиа меняет способы преподавания и обучения, взаимодействия между учителями и учениками.*

Нормы и ценности групп сверстников часто служат для людей важной системой отсчета в процессе социализации. Подростки растут в двух разных мирах: один – это мир взрослых, включая их родителей и учителей, другой – это их собственный мир, включая их друзей, одноклассников и т. д. Оба мира влияют на развитие подростков. Группы сверстников оказывают влияние особого рода, поскольку помогают подросткам найти свое место среди равных, в то время как в обществе взрослых его нужно заслужить. В среде сверстников существуют уникальные субкультуры, имеющие свои идеологии, стандарты ценностей, интересы, одежду и прически, символы и язык (*всё это отражено в настоящее время в медиaprостранстве*), подростки склонны отождествлять себя с различными субкультурами.

Средства массовой информации, такие как радио, телевидение, газеты, книги, журналы и социальные сети, распространяют ценности, социальные нормы и модели поведения членов общества через освещение новостей, пропаганду общественного мнения, обучение знаниям и развлечения, связанные с образом жизни. Современные медиатехнологии привели молодых людей в социальную среду, окруженную цифровыми СМИ, и влияние СМИ на подростков стало более сложным, многочисленным и разнообразным.

Теория социализации подростков

В подростковом возрасте подрастающее поколение начинает тяготеть к автономии, воспринимать себя как независимую, самоуправляемую личность и все больше стремится делать собственный выбор при решении личных вопросов⁷⁸. Сверстники играют важную роль в качестве моста между семьей и взрослыми социальными ролями. Дружба, романтические отношения, сообщества и группы – основные взаимоотношения со сверстниками у подростков, влияющие на развитие их идентичности, установление будущих интимных отношений и преодоление стресса, в которых медиатор играет посредническую роль. Подростки развивают уникальную личность в процессе социализации, то есть в процессе *когнитивного* (мысли, знания, восприятие и память), *поведенческого* (навыки, таланты и способности) и *аффективного* (чувства и эмоции) развития. Такие вопросы, как «Кто я?» и «Каким человеком я хочу быть?», волнуют почти каждого подростка.

Теоретические концепции о подростковой личности и ее саморазвитии постепенно формировались в течение длительного периода времени.

1. *Теория развития личности подростков.* Теория зеркального «Я» Ч. Кули, теория ролевых игр Дж. Мида, теория самопрезентации И. Гофмана, теория

⁷⁸Steinberg, L., & Silverberg, S. B. (1986). The vicissitudes of autonomy in early adolescence. *Child Development*, 57(4), 841–851.

идентичности Э. Эриксона являются мощными объяснениями процесса развития подростков.

В становлении «Я» есть три стадии: 1) представление того, как человек ведет себя в присутствии других людей; 2) представление оценки себя другими людьми после совершения поступка; 3) оценка собственного поведения на основе представления оценки других людей и выработка дальнейшей реакции. В таком циклическом процессе постепенно формируются самосознание и личность каждого человека. Ч. Кули называет Я-концепцию, которую люди формируют, наблюдая за реакцией других на их поведение, «зеркальным Я», имея в виду, что представление каждого человека о «Я» на самом деле является отражением «зеркала» других. Этот процесс познания себя является результатом *межличностного взаимодействия и социальной оценки*. Эта концепция широко используется исследователями в изучении социализации подростков для объяснения механизмов влияния социальных медиа на самовосприятие подростков.

Дж. Мид разделил «самость» на две части: «я» и «мне». «Я» – спонтанное и динамичное, обеспечивает движущую силу для развития эго и личности. «Мне» – интернализированные социальные требования и ожидания, формирующиеся и развивающиеся в процессе социального взаимодействия. «Я» и «мне» взаимно конструктивны, они постоянно взаимодействуют друг с другом по мере развития самости. Согласно Дж. Миду, подростки находятся на игровой стадии социализации, когда они соотносят себя с большим количеством людей и социальных групп и концентрируются на своих социальных обязанностях. Таким образом, социализация в подростковом периоде – это процесс *развития способности понимать ожидания других людей в отношении ролей и действовать в соответствии с этими ожиданиями*.

И. Гофман предположил, что в повседневном взаимодействии и жизни каждый человек является артистом, распознающим ожидания других людей относительно нашего поведения и наши ожидания

относительно мыслей, чувств и действий других людей в конкретных ситуациях и на разных сценах и постоянно корректирующим свое поведение в зависимости от сцены, на которой мы находимся, и людей, с которыми мы взаимодействуем. Согласно теории самопрезентации, социализация подростков происходит *под влиянием социальной среды и межличностных взаимодействий*.

Э. Эриксон был первым, кто предположил, что самоидентификация – это основная тема развития в подростковом возрасте, а ключевой задачей развития в этот период являются *поиск и разрешение кризиса идентичности*.

Д. Мошман описывает идентичность таким образом: это теория о себе как о рациональном субъекте, который четко обосновывает свои поступки, берет на себя ответственность за свои действия и дает им объяснения⁷⁹.

Самоидентификация относится к определению индивидом самого себя, а также к размышлению и решению некоторых основных вопросов, касающихся саморазвития, таких как *идеалы, карьера, ценности и взгляды на жизнь*. Идентичность является основным результатом развития личности в подростковом возрасте, а ее формирование включает в себя прояснение того, кто вы, что вы цените, какие у вас жизненные ориентиры, включая карьеру, межличностные отношения, социальное участие, этнические отношения, гендерную ориентацию, исследование моральных, политических и религиозных идеалов.

Э. Эриксон уверен, что приобретение самости знаменует собой удовлетворительное завершение данной стадии развития; если молодой человек не достигнет установления самоидентичности, существует риск диффузии самости или ее негативного развития. Дж. Марсия на основе теории Э. Эриксона разделила идентичности на четыре состояния – зрелое, отсроченное, раннее закрытие и диффузное – и предложила метод оценки⁸⁰.

⁷⁹Moshman, D. (2005). *Adolescent psychological development: Rationality, morality, and identity*. Psychology Press.

⁸⁰Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. *Handbook of Adolescent Psychology*, 9(11), 159–187.

Х. Дж. Херманс выдвинул теорию «диалогического Я», которая предполагает, что по мере изменения среды и времени «Я» перемещается и позиционирует себя в различных ментальных пространствах, каждое позиционирование дает голос, чтобы рассказать и передать опыт со своей собственной точки зрения, что приводит к сложной структуре *самонаратива* (self-narrative)⁸¹.

Исследователи также предложили две точки зрения на рассмотрение самоидентичности: *самоконструирование* и *самораскрытие*. Перспектива самоконструирования предполагает, что человек конструирует себя во взаимодействии с окружающей средой⁸². Перспектива самораскрытия подразумевает, что потенциал, «истинное Я» внутри человека, определяет направление и масштаб развития субъекта и что наилучшее развитие достигается, когда выбор делается в соответствии с потенциалом⁸³.

В рамках обозначенных теоретических концепций исследования, связанные с медиа и социализацией подростков, фокусируются на конкретных вопросах, таких как развитие гендерных ролей, социальных навыков, формирование профессиональных целей, моральное развитие, ценности и маргинальные идентичности. На эти вопросы влияет комбинация факторов (культура, раса, пол, образование, семья, сверстники и СМИ), но развитие медиатехнологий – от кино, телевидения до Интернета – привело к увеличению количества времени, в течение которого подростки подвергаются воздействию СМИ, а создание каждого «нового» СМИ привело к новым исследованиям по конкретным вопросам социализации подростков. Каждое «новое» средство массовой информации создало новое направление для исследования конкретных вопросов социализации подростков.

⁸¹ Hermans, H. J. (2003). The construction and reconstruction of a dialogical self. *Journal of Constructivist Psychology*, 16(2), 89–130.

⁸² Luyckx, K., Schwartz, S. J., Goossens, L., Beyers, W., & Missotten, L. (2011). Processes of personal identity formation and evaluation. *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 77–98). New York, NY: Springer.

⁸³ Waterman, A. S. (2011). Eudaimonic identity theory: Identity as self-discovery. *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 357–379). New York, NY: Springer.

2. *Теория когнитивного развития подростков.* Помимо развития личности и саморазвития, когнитивное развитие также является важным вопросом на подростковом этапе. Поскольку когнитивные типы и уровни подростков все ещё развиваются, а их желание учиться и способность к подражанию сильны, СМИ могут оказать влияние на их когнитивное развитие.

Систематическое изучение когнитивного развития подростков началось с теории Жана Пиаже, согласно которой подростки начинают вступать в стадию формальных операций в возрасте 12 лет и развивают способность мыслить абстрактно, думать о реальных возможностях, строить идеалы и практически рассуждать о будущем⁸⁴.

Ж. Пиаже, изучая моральное развитие подростков, утверждал, что подростки вступают в стадию *саморегулируемой* морали, когда перестают считать правила фиксированными, воспринимают их как *гибкие стандарты поведения*, которые люди согласовывают и могут изменять при необходимости.

Л. Колберг на основе теории Ж. Пиаже предложил более сложную и зрелую модель морального развития, разделив стадии морального развития на шесть этапов. Он утверждал, что моральное развитие подростков происходит медленно и постепенно, что на подростковом этапе начинается формирование когнитивных и развитие моральных моделей поведения (таких как благонадежность, лояльность, вежливость, услужливость и доброта) и постепенно формируется концепция поддержания социального порядка и подчинения социальным правилам.

Исследования в области СМИ и когнитивного развития подростков сосредоточены на влиянии когнитивных путей, когнитивных символов и когнитивного выбора на познание подростка под воздействием СМИ. Большинство обсуждений когнитивных путей вращается вокруг

⁸⁴ Keating, D. P. (2004). Cognitive and brain development. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of Adolescent Psychology* (pp. 45–84). John Wiley & Sons, Inc.

медиазависимости, при которой от медиасистем зависят понимание (включая понимание себя и общества), ориентации (включая ориентацию на действие и взаимодействие) и развлечения (включая одиночные и социальные развлечения) людей – все они являются важнейшими компонентами человеческого познания.

Для исследователей СМИ служат когнитивным каналом, который предлагает больше форм когнитивных символов, включая визуальные образы, музыку, текст и изображения, которые связаны с созреванием когнитивных способностей и возникновением субкультурных кругов среди подростков. Сегодня подростки имеют больше когнитивных возможностей благодаря развитию медиа, что также привело к появлению «избирательного контакта», или практики целенаправленного поиска материалов и точек зрения, которые соответствуют собственной базе знаний и мировоззрению, чтобы уменьшить психологическое напряжение. Подростки становятся все более вовлеченными в потребление медиа, будь то получатель, участник или действующее лицо.

Теории «зеркального Я», ролевых игр, самопрезентации, идентичности, когнитивного и морального развития объясняют, как личность и сознание людей развиваются на психологическом и социальном уровнях, но они не учитывают различия в социализации подростков в разных странах и культурах.

Согласно Л. С. Выготскому, который рассматривал социализацию человека с социально-исторической и культурной точек зрения ⁸⁵, социокультурные факторы преобладают в развитии логического мышления, языка, эмоций и воли, а также других высших психологических функций человека. Это приводит к различным результатам социализации людей, живущих в разные эпохи и в разных странах с разными культурами. На

⁸⁵ Ван Гуанрун. Сравнительное исследование теорий когнитивного развития Пиаже и Выготского // Вестник Хуачжунского нормального университета (гуманитарные и социальные науки). 2014. № 5. С. 164–169. (王光荣：发展心理学研究的两种范式 —— 皮亚杰与维果茨基认知发展理论比较研究)

основе *теории деятельности* Выготский создал концепцию посредничества орудий труда, отмечая, как орудия труда опосредуют умственную и трудовую деятельность человека. В процессе социального взаимодействия и производства человек создает два разных типа орудий труда. Один – это орудия материального производства, которые являются продолжением деятельности человеческих органов, например сельскохозяйственные орудия, луки и стрелы. Использование таких орудий приводит к новому методу адаптации человека, известному как не прямое материальное производство. Орудия материального производства не относятся к психологической сфере и не входят в структуру психологических процессов, но необходимость общения с группами и регулирования их поведения в процессе активного приспособления к природе привела к появлению другого инструмента человеческой психики – орудий ментального производства, а именно языка и символических систем, характерных для человеческого общества. Эти символы возникают как посредники человеческих отношений, а затем становятся средствами внутренней человеческой деятельности, влияя на собственную психологию и поведение других людей, вызывая качественные изменения в психологическом функционировании человека. Таким образом, способы человеческих взаимоотношений и различные символические системы, продукты социального и культурного развития, возникающие на основе материального производства, коренным образом изменяют психологическую структуру человека и формируют его уникальные высшие опосредованные психологические функции. Соответственно, *индивиды, находящиеся под влиянием разного времени, разных языковых систем и разных национальных культур, будут иметь разные результаты социализации.*

Изменения модели теории социализации

Ядром проблемы социализации является рассмотрение процесса превращения людей из естественных личностей в социальных, а также

механизмов их влияния. Различные теории социализации также фокусируются на этом ключевом вопросе и дают соответствующие объяснения с разных точек зрения. Подобно тому, как появление каждого «нового» СМИ породило «новые» вопросы исследования социализации, развитие медиатехнологий и общества также привело к *изменению парадигмы теорий социализации*. Несколько моделей теории социализации обеспечивают основу для анализа трансформации моделей социализации подростков в новой медиасреде.

Модель теории пассивной социализации. Д. Э. Дюркгейм и Т. Парсонс развивали свои идеи и теории о социализации с точки зрения общей социализации людей. Их модель рассматривает социализацию людей как простой процесс опорожнения бутылки, в котором люди под пассивным влиянием социальной культуры и образования становятся социально желательными личностями. Р. Коллинз и Л. Акосер считали, что общество находится в состоянии постоянного изменения, и в то же время каждый аспект любого общества в каждый момент времени подвержен разногласиям и конфликтам; социальный конфликт универсален, нормален и неизбежен, конфликт и борьба внутри социальной структуры приводят к социальным изменениям, поэтому конфликт является главной движущей силой социальных изменений. Идеи и теоретические предположения *структурно-функциональной социализации* по сей день остаются теоретической основой изучения подростковой социализации и оказали большое влияние на исследования ранней подростковой социализации, однако игнорируют активность человека.

Способствуют ли современные новые медиатехнологии и цифровые медиа трансформации социальной культуры и социальной структуры? Являются ли молодые люди *более пассивными* или *более активными* в процессе социализации в обществе *медиатизации*, построенном с помощью цифровых элементов?

Модель теории активной социализации рассматривает социализацию как процесс социального взаимодействия и включает несколько основных

перспектив, таких как теория символического взаимодействия, концепция социальной драматургии, этнометодология и теория референтных групп. Теория символического взаимодействия фокусируется на микросоциологическом уровне, изучая человеческие взаимодействия и интеракции, исследуя символы и средства, с помощью которых люди взаимодействуют или общаются друг с другом, а также процесс и природу межличностного взаимодействия. К основным представителям этой теории относятся Я. Ч. Кули (теория зеркального) и Дж. Мид (теория самости), которые считают, что социализация человека – это процесс активного конструирования Я-концепции и достижения ролевых целей. Социализация индивида происходит через межличностные взаимодействия, что приводит к превращению биологического человека в социального. Индивид занимает активную позицию в процессе социализации, и его активная социализация подразумевает приобретение значения символических систем, понимание межличностных взаимодействий и, таким образом, развитие разумного Я, что требует проигрывания роли других, а именно *через проигрывание роли других человек становится собственным объектом*.

Концепцию социальной драматургии, этнометодологию далее объясняют и расширяют идеи *теории символического взаимодействия*. И. Гофман обыгрывает понятия интеракционизма «определение ситуации» и «исполнение роли» и вносит вклад в идею «управления впечатлением», которая считается ключевой в социальной драматургии Гофмана. Социальный порядок возникает и реализуется в «определении ситуации», согласованном действующими лицами. Для поддержания эффективного социального взаимодействия и определения ситуации в соответствии с социальными ожиданиями люди рассматривают выражение социальной жизни как источник предоставления или получения впечатлений от других: «мы представляем себя другим»⁸⁶. Поэтому люди используют методики,

⁸⁶ Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. Фэн Ган. Пекин: Изд-во Пекинского университета, 2008. С. 214. (欧文·戈夫曼: 日常生活中的自我呈现)

сознательно или бессознательно, чтобы произвести на других желаемое впечатление, которое служило бы их собственным целям. Этнометодология также исследует некоторые способы, используемые людьми для создания впечатлений в социальных ситуациях, рассматривает репрезентации языка, выражений и действий, представленных различными видами деятельности в повседневной жизни⁸⁷.

Референтная группа – это группа, с которой индивид идентифицирует себя психологически и которая выполняет нормативную и сравнительную функции. Нормы референтных групп могут стать социальными целями индивидов, основными стандартами для их самооценки, оценки явлений социальной жизни и формирования мировоззрения, а также играют важную роль в процессе социализации и развития личности.

Какие новые формы приобрели презентация «Я» молодого поколения и методы управления самовосприятием в цифровом контексте? Кто является референтными группами современных подростков?

Социализация биоэкологической модели развития. Биоэкологическая модель развития рассматривает социализацию человека в более широком социальном контексте. Предложившие данную модель У. Бронфенбреннер и С. Дж. Сеси⁸⁸ утверждают, что поведение индивида не только напрямую зависит от жизненных событий в социальной среде, но косвенно зависит от событий, происходящих в обществе, стране и мире в целом. Этот подход расширяет концепцию Л. С. Выготского о социальном развитии и объясняет механизмы⁸⁹, влияющие на социализацию индивидов.

С развитием цифровых медиатехнологий Г. Джонсон, К. Пуплампу и другие ученые дополнили биоэкологической модели развития⁹⁰, предложив

⁸⁷ Pollner, M. (2012). The end(s) of ethnomethodology. *The American Sociologist*, 43(1), 7–20.

⁸⁸ Bronfenbrenner, U., & Ceci, S. J. (1994). Nature-nature reconceptualized in developmental perspective: A bioecological model. *Psychological Review*, 101(4), 568.

⁸⁹ *Выготский Л. С.* Инструментальный метод в психологии // Полное собрание сочинений: в 6 томах / Л. С. Выготский. М.: Педагогика, 1982. Т. 1. С. 103–108.

⁹⁰ Johnson, G., & Pupilampu, K. (2008). A conceptual framework for understanding the effect of the Internet on child development: The ecological techno-subsystem. *Canadian Journal of Learning and Technology*, 34(1), 19–28.

технологическую систему, состоящую из цифровых устройств, различных типов программного обеспечения, цифровых платформ и цифровой среды. Л. С. Выготский объяснял психологическое развитие индивидов в рамках социального, исторического и культурного развития человеческих существ. Он утверждал, что познание, даже если оно происходит изолированно, является социокультурным по своей природе, поскольку на него влияют убеждения, ценности и инструменты интеллектуальной адаптации, которые культура передает человеку. Культурно-историческая теория заставляет людей все больше осознавать, что культура является существенной характеристикой человеческих качеств и что человеческое существование – это не только биологическое, но и культурно-историческое существование. Поскольку человек является культурным существом, социализация человека также должна обладать культурными свойствами. Культурно-историческая теория, которая делает акцент на интерпретации, а не на статистическом анализе, и на языке, дискурсе и символах, а не на сведении информации к данным, обеспечивает основу для качественного анализа исследований социализации подростков.

Исследовательский подход Л. С. Выготского сыграл катализаторскую роль в возникновении экологического движения. У. Бронфенбреннер проанализировал параметры окружающей среды с точки зрения развития личности и разделил систему структуры окружающей среды на четыре уровня подсистем от ближней к дальней: микросистема, мезосистема, экзосистема и макросистема.

Микросистема представляет собой среду, в которой дети непосредственно, лицом к лицу, получают опыт и взаимодействуют с близкими им людьми, такими как семья, школа, сверстники и т. д. Мезосистема относится к связи или взаимосвязи между различными микросистемами; индивид (подросток) находится в двух или более микросистемах мезосистемы, то есть играет множество ролей в повседневной жизни, поэтому мезосистема должна регулировать каждую микросистему для

достижения гармоничного развития каждой роли индивида (подростка). Экзосистемой называется связь и отношения между двумя или более средами, по крайней мере одна из которых не содержит развивающегося индивида. В экзосистеме индивид (подросток) не подвергается прямому воздействию среды, но среда косвенно влияет на индивида (подростка), воздействуя на других. Макросистема относится к включению конкретных культур, субкультур или других более широких социальных контекстов, таких как социальная идеология, доминирующая культура, класс, регион (городской или сельский), система верований, образ жизни, ресурсы и т. д. Эти понятия различаются в разных культурах и существуют в микросистемах, мезосистемах и экзосистемах, которые прямо или косвенно влияют на приобретение детьми опыта познания. У. Бронфенбреннер рассматривает социализацию человека как комплексный, изменяющийся и динамичный процесс развития, который объединяет различные социокультурные факторы, школьную среду, модели ролевого поведения, процессы межличностного взаимодействия и другие структурные системы окружающей среды и индивидуальные характеристики.

Г. Джонсон и К. Пуплампу добавляет к теории экосистем, предложенной Бронфенбреннером, контекст — технологическую систему, то есть экологическую систему, состоящую из цифровых устройств, различных типов программного обеспечения, цифровых платформ и цифровой среды, которая рассматривается как *результат изменений в экосистеме человека в процессе цифровой трансформации*⁹¹.

Технологические системы – это мобильные устройства, такие как компьютеры и смартфоны, и связанные с ними способы работы; это инструменты, которые соединяют/связывают людей с окружающим миром, с Интернетом; это мосты, которые объединяют онлайн- и офлайн-пространства.

⁹¹ Содатова С. У., Войскунский А. Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 18. № 3. С. 431–450.

Технологическая система является дополнением к биоэкологической модели развития и продолжением медиаэкологии.

Х. Иннес, М. Маклюэн, Н. Постман утверждали, что СМИ оказывали глубокое влияние на общество до появления цифровых медиа. Н. Постман впервые официально представил концепцию медиаэкологии в 1968 году: «Медиаэкология представляет собой изучение медиа как среды»⁹², предложив «медиа как метафору» и «медиа как эпистемологию». М. Маклюэн утверждает, что люди постепенно попадают под влияние среды через ее использование, а определенные органы чувств, согласованные со средой, расширяются, что приводит к культурному перекоосу в сторону определенных чувств в ущерб другим. Среда служит в качестве структуры окружающей среды, которая управляет тем, как мы чувствуем, думаем и выражаем себя. Когда люди думают, воспринимают, говорят об окружающем их мире и представляют его, они находятся не вне среды коммуникации, а в символической структуре среды. Н. Постман пишет, что «технологические изменения не наложенные, а экологические»⁹³, появление новых медиатехнологий и медиаформ приводит не только к увеличению новых медиаинструментов, но и к изменению всей среды социальной коммуникации, что окажет более глубокое влияние на социальную культуру.

Согласно взглядам Д. Мейровица, основным понятием влияния СМИ является «теория среды»⁹⁴. Он утверждает, что электронные СМИ разрушают существующие пространственные разделения и позволяют различным контекстам смешиваться, изменяя поведение людей и тем самым влияя на общество. С появлением Интернета границы между медиасредой и социальной средой постепенно стираются, и влияние СМИ на общество проникает практически повсюду. Медиасреда, построенная на новых медиатехнологиях,

⁹² Logan, R. K. (2016). McLuhan's philosophy of media ecology: An introduction. *Philosophies*, 1(2), 133–140.

⁹³ Postman, N. (2011). *The end of education: Redefining the value of school* (p. 192). Vintage.

⁹⁴ Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford University Press.

должна анализироваться в новом ключе восприятия, а не следовать существующей когнитивной парадигме.

Медиасреда, использование медиа человеком и развитие человеческого общества постоянно меняются. Какие изменения произошли в том, как поколение, растущее в условиях новых медиа, воспринимает мир и действует в нем? Помимо традиционных каналов социализации, в процесс социализации подростков вплетаются цифровые элементы.

1.3. Медиаобразование подростков в контексте медиатизации

Последовательное развитие медиатехнологий кардинально изменило модель распространения информации человеком и вызвало общие изменения в *экологии медиа*. В последние годы применение цифровых технологий, таких как большие данные, искусственный интеллект, блокчейн, машинное обучение, алгоритмические рекомендации и AR/VR, позволило соединить больше людей, объектов и отношений под властью технологической логики – границы раздвинулись и влияние новых медиа, таким образом, усилилось, что привело к расширению человеческого субъекта. Изменение медиасреды вывело модель социализации на новый уровень обсуждения, появились концепции информационной⁹⁵ и *цифровой социализации*⁹⁶.

Именно с таким пониманием особенностей цифровых медиа Андреас Хепп выступает за разработку новой концепции для отражения новейшего явления медиатизации, с которым мы сталкиваемся в настоящее время, используя название «глубокая медиатизация» для обобщения новых характеристик медиатизации в цифровую эпоху⁹⁷.

⁹⁵ Карabanова О. А. Риски информационной социализации как проявление кризиса современного детства // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2020. № 3. С. 4–22.

⁹⁶ Султанова С. У., Войскунский А. Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 18. № 3. С. 431–450.

⁹⁷ Нерр, А. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.

Коммуникационная революция, вызванная цифровыми медиа, такими как Интернет, беспрецедентно меняет базовую форму общества, а новые отношения, конструируемые новой коммуникацией, в значительной степени изменили все виды социальных отношений в прошлом. Цифровые медиа способствуют появлению новой *теории опосредованного общества*, переходящей от встроенного к реструктурированному обществу. В этой теоретической перспективе коммуникация больше не является всего лишь одним из компонентов социальной структуры, но представляет собой важный элемент всей социальной формации, а сеть, сотканная коммуникацией, сама является социальной структурой, или, скорее, *альтернативой традиционной социальной структуре*⁹⁸.

С целью определения модели социализации молодого поколения и обозначения реперных точек, необходим анализ нового медиaprостранства, в котором сейчас живут подростки и их цифровые личности. Важно проследить изменения теории социализации и методологии исследований под влиянием современной медиасреды, а также сосредоточить внимание на теориях медиаобразования и медиаграмотности.

Формирование новой медиасреды

Интернет, социальные сети и смартфоны являются основой современных новых медиа, которые базируются на десятилетиях прогресса в этой области и отличаются цифровизацией, конвергенцией, взаимодействием и сетевым сообществом. Сложная экосистема медиа, состоящая из коммуникационных сетей, сетей человеческих отношений и сетей услуг, возникла в результате постоянно ускоряющегося технологического развития.

1. *Коммуникационные сети* включают в себя коммуникационные каналы, коммуникационные режимы и коммуникационные субъекты. Различные типы каналов и платформ распространения информации, таких как порталы,

⁹⁸Сунь Вэй. Коммуникация: плетение сетей взаимоотношений – анализ на основе городских исследований // Университет журналистики. 2013. № 3. С. 1–12. (孙玮: 传播: 编织关系网络 —— 基于城市研究的分析)

информационные клиенты, поисковые системы, социальные сети, игровые приложения и платформы услуг, имитирующие сцены из жизни, составляют сегодняшнюю огромную коммуникационную сеть. Процесс распространения информации в такой сети – это не просто процесс копирования информации, а непрерывное ее воспроизводство, и способ распространения является «персонализированным»⁹⁹ : каждый человек может стать *центром коммуникации*, отношения могут служить каналом для коммуникации, общественные связи и обмен информацией – движущей силой коммуникации, а социальные сети – персонализированным источником информации. Социальная сеть служит персонализированным фильтром информации. Изменение каналов и способов коммуникации расширило число субъектов коммуникации. Помимо традиционных учреждений СМИ, государственных учреждений, предприятий и других видов организаций, производителем, распространителем и потребителем информации стал и отдельный человек.

2. *Сети человеческих отношений*. Смешанная реальность превратилась в социальную и психологическую арену человеческой деятельности благодаря цифровым связям. Виртуальные сообщества слились с онлайн-жизнью, а границы, разделяющие виртуальный и реальный миры, становятся все более размытыми. Мы уже существуем в гибридной реальности, где «онлайн» уступил место «онлайф» (onlife)¹⁰⁰. С устранением физического пространства и физических ограничений Интернет породил новый вид пространства, которое *демонтирует ограничения традиционных сетей отношений людей и реконструирует сети социальных отношений*.

Люди создают личные порталы, используя свои аккаунты на различных платформах, плетут собственные социальные сети и могут менять настройки своих ролей, чтобы символически виртуализировать свое существование, но

⁹⁹ Пэн Лань. Три момента для определения понятия «новые медиа» // Журналистика и коммуникационные исследования. 2016. № 3. С. 120–125. (彭兰：“新媒体”概念界定的三条线索)

¹⁰⁰ Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality* (p. 43). OUP Oxford.

за каждой ролевой настройкой и исполнением скрываются подсказки к реальности. В киберпространстве у людей больше инициативы и свободы в самоидентификации, выборе объектов и способов взаимодействия, а также сетевых групп и видов деятельности. *Новые медиа сами по себе все больше превращаются в новый тип общества.*

3. *Сети услуг.* Пользователи новых медиа получают доступ к социальным платформам, разнообразным услугам, связанным с жизнью и работой, а также к контенту. Интернет-платформа способна эффективно сопоставлять и соединять спрос с услугами или ресурсами в режиме реального времени, а также организовывать и управлять ресурсами с учетом спроса и предложения. С развитием Интернета новые медиа становятся все более комплексными платформами с функциями, выходящими за рамки традиционных медиа. Новые медиа – это и коммуникационная платформа, и бизнес-платформа, и площадка для работы, жизни и общения людей. Каждый из нас по-разному участвует в сети услуг, играя роль потребителя услуг, поставщика данных, поставщика ресурсов или услуг, создателя коллективной производительности и строителя культурного сообщества¹⁰¹.

Индивидуальные узлы расширяются и занимают центральное место в коммуникационных, социальных и сервисных сетях. Децентрализованное воздействие на традиционный коммуникационный центр, состоящий из профессиональных СМИ, оказал индивидуализированный коммуникационный центр, который объединяет три роли людей – *производителей, распространителей и потребителей информации.* Это усилило индивидуальную избирательность и персонализацию и децентрализовало традиционный коммуникационный центр, состоящий из профессиональных СМИ. Индивид как узел сети становится социально связанной единицей, но групповые взаимодействия в социальных сетях постоянно изменяют схемы связи и взаимодействия между отдельными

¹⁰¹Пэн Лань. Исследование пользователей новых медиа: узловой, опосредованный, киборгизированный человек. Пекин: Изд-во Китайского народного университета, 2020. С. 5.(彭兰:新媒体用户研究 —节点化、媒介化、赛博格化的人)

узлами, и отношения в социальных сетях могут оказывать большее социальное влияние на индивидов. Индивид в сети услуг является потребителем интернет-экономики и поставщиком услуг в новой медиасреде, а также фундаментом и основой интернет-экономики. В связи с этим такие представления, как «база данных существует», «быть цифровым», превратились в формы современной жизни и существования.

Медиаграмотность как ключевой навык

Новые коммуникационные сети, социальные сети и сети услуг порождают новые виды деятельности, которые меняют восприятие мира и рамки его понимания, влияют на способы социального взаимодействия людей и формируют новые культурные практики, которые, в свою очередь, влияют на все аспекты жизни общества.

1. *Первым проявлением выживания медиатизации является контент, управляемый данными.* Цифровой контент, такой как электронные письма, цифровая фотография, электронные книги, цифровые журналы и видео, заменяет материальные товары, такие как рукописные письма, фотографии и книги. Повседневная деятельность людей, потребительское поведение, социальная активность и т. д. – все это данные, например: тексты, фотографии и видео, размещенные в социальных сетях, а также лайки, ретвиты и комментарии; записи данных о местоположении и траекториях движения в приложениях для такси и фитнеса; информация и платежные записи о поиске в мобильных приложениях и онлайн-платформах. Мобильные устройства, умные датчики и даже наши тела превращаются в данные, наши лица, отпечатки пальцев и голоса вошли в цифровое пространство.

2. *Вторым проявлением выживания медиатизации является пространство медиатизации.* Межличностное общение и социальное взаимодействие все больше перемещается из офлайна в киберпространство, и даже в ситуациях «лицом к лицу» внимание подростков периодически

переключается на онлайн-общение¹⁰². Люди задерживаются в таких опосредованных пространствах также потому, что это сцена для формирования самопрезентации. В процессе взаимодействия друг с другом люди стремятся идеализировать свой образ через выражение лица, внешний вид и поведение, а также поддерживать постоянство своего образа через ряд моделей поведения. По сравнению с общением лицом к лицу, люди в социальных сетях могут максимально исключить те формы поведения и выражения, которые несовместимы с их персоной, и максимально приукрасить свой внешний вид. В результате реальное пространство также стало реквизитом для медиаисполнения и обмена, и люди все чаще смотрят на ценность пространства с точки зрения производства контента – можно ли превратить его в привлекательные фотографии или видео, иначе говоря, реальное пространство открывается через видеоискатель мобильных телефонов. Пространство, выбранное кадром, будет отредактировано, отфильтровано и т. д., чтобы представить более идеализированный вид, чем реальное пространство. Когда люди сосредотачиваются на производстве и обмене контентом в СМИ, они слепы к реальному пространству, что приводит к «отсутствию присутствия». Кроме того, СМИ конструируют информационное пространство в представлении людей – это также пространство медиатизации. Хотя емкость этого пространства значительно увеличивается по сравнению с традиционными СМИ, богатство и неоднородность информации не обязательно возрастают. С одной стороны, люди тратят больше времени и энергии за перегруженную информацию, с другой стороны, они могут находиться в однородном информационном пространстве.

3. *Третьим проявлением выживания медиатизации является жизнь медиатизации.* Жизнь людей все больше ориентирована на ощущение присутствия в социальных сетях, а реальная жизнь становится репертуаром в

¹⁰² Rideout, V., & Robb, M. B. (2018). *Social media, social life: Teens reveal their experiences*. San Francisco, CA: Common Sense Media.

медиааспектах. Причинно-следственная связь (между жизнью в реальности и обменом контентом в сети) подвергается опасности быть перевернутой – жизни проектируются и создаются для того, чтобы производить и публиковать фрагменты жизни. Одежда, еда, жилье, транспорт и даже работа и учеба людей все больше подпадают под «образец», изображаемый средствами массовой информации. Жизнь медиатизации представляет собой как медиативное представление повседневной жизни, так и медиативную повседневную жизнь. Реальная жизнь и жизнь, представленная в цифровом пространстве, влияют друг на друга, текут в противоположных направлениях и границы между ними постоянно размываются. Кроме того, сопутствующие отношения, возникающие в результате взаимодействия между людьми и медиа, также являются важным способом жизни медиатизации.

Все три перечисленных аспекта жизни общества при глубокой медиатизации актуализируют важнейший социальный навык — *медиакомпетентность*. Становление и развитие этого навыка изучается в *теории медиаобразования*.

В России приоритет в теоретическом осмыслении феноменов медиаграмотности, медиакомпетентности и медиаобразования принадлежит отечественному исследователю А.В. Федорову¹⁰³, который обосновал связь теории медиакоммуникаций с теорией медиаобразования, не ограничивая последнюю только педагогикой.

Медиаграмотность (по Федорову) – это совокупность мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах, жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме. Следует подчеркнуть, что не существует общей терминологии. На это указывает А.В. Федоров в словарной статье «Медиаобразование»: «во многих англоязычных странах

¹⁰³ Федоров А.В. Медиа, медиаактивность и медиаобразование // Медиаобразование. 2013. № 3. С. 111–116.

термин «медиаобразование» заменяется аналогом – «медиаграмотность». Однако последний термин, как правило, не применяется во франкофонных (*l'éducation aux médias* – медиаобразование), испаноязычных (*educacion para los medios* – медиаобразование) или германоязычных (*medienpadagogic* – медиапедагогика) государствах»¹⁰⁴.

Результат медиатизации: цифровая личность

Как важное дополнение к реальной личности современных людей, ключевым результатом цифровой социализации является цифровая личность. Новая экология медиа перестроила социальное взаимодействие, культуру, экономику и политику, став не только важной внешней средой для социализации личности, но и пронизывая каждую среду экосистемы социализации подростка, оказывая более сложное воздействие на развитие личности подростка и социальное взаимодействие. Понятия «цифровое Я», «цифровой двойник», «виртуальный аватар», «виртуальная сущность», «цифровые компоненты» и «сетевая идентичность» и т. п., стали выражением цифровой личности человека. Она, во-первых, состоит из данных, намеренно или ненамеренно оставленных людьми в киберпространстве (самость, которая изображается и анализируется данными и алгоритмами, а также самость, которую люди активно выражают через различные формы поведения, основанные на данных). Во-вторых, это виртуальный образ, который люди формируют при социальном взаимодействии через цифровые медиа (включая личные аккаунты на различных онлайн-платформах и разнообразные цифровые символы, которые могут служить их идентичностью и нести личную информацию, такие как аккаунты в социальных сетях, аватары, QR-коды и т. д.). В-третьих, это продолжение реальной социальной идентичности людей, в-четвертых, это сложный результат социальных взаимодействий в киберпространстве (пространство

¹⁰⁴ См.: Большая российская энциклопедия 2004-2017 гг. URL: <https://old.bigenc.ru/education/text/2197538>

обобщенных отношений, где люди, не знающие друг друга в реальной жизни, могут выражать и обмениваться своими мнениями на одну и ту же горячую тему)¹⁰⁵. Цифровая личность одновременно активная и пассивная, проявляется в различных измерениях и проявлениях: самопрезентации, самоконструирования и самоидентификации. Цифровая личность влияет на реальную личность.

1. *На уровне самопрезентации цифровое «Я» является как проекцией реального «Я», так и модификацией или даже реконструкцией «Я» на основе характеристик виртуального пространства.* Ввиду анонимности цифрового пространства расширяется пространство для исследования своей идентичности, ролевые игры становятся более раскрепощенными, средства и стратегии перформанса более разнообразными, а люди чаще представляют себя с разных сторон. В результате осознания того, что за ними наблюдают, самопрезентация людей в социальных сетях часто имеет аспект перформанса, в котором «Я» выступает и одновременно самоцензурируется и корректируется во взаимодействии с другими¹⁰⁶. «Другой» в теории зеркального «Я» стал вездесущим цифровым зеркалом в современной жизни в виде «глаз Facebook»¹⁰⁷ в новой медиасреде. Мы не только оцениваем свои цифровые выступления и создаем цифровые произведения в соответствии с его стандартами, но и проживаем свою жизнь в соответствии с ними. В результате восприятие и действия молодого поколения в мире изменились, и

¹⁰⁵Costa, C., & Torres, R. (2011). To be or not to be, the importance of digital identity in the networked society. *Educação, Formação & Tecnologias*, (Specialissue), 47–53; *Кружкова О. В., Воробьева И. В.* Личностные особенности подростков, юношей и молодежи, вовлеченных в среду Интернет: зоны уязвимости для экстремистского воздействия в условиях цифровизации // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2019. № 4. С. 160–185; *Сэй Юй Цзинь, Ху Шу Сян.* Сущность кибернетического я: цифровое я // Исследование по диалектике природы. 2018. № 5. С. 117–122. (谢玉进,胡树祥:网络自我的本质:数字自我)

¹⁰⁶*Ван Рун Цзе, Ян Сюань.* Анализ экзистенциальной тревоги в условиях роста цифрового я // Друг редактора. 2022. № 5. С. 37–41, 48.(王润泽,杨璇:数字自我崛起下的存在焦虑分析)

¹⁰⁷Jurgenson, N. (2012, January 13). The Facebook eye. *The Atlantic*. Retrieved September 15, 2022, from <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/01/the-facebook-eye/251377/>.

Социальная сеть Facebook признана экстремистской в России.

их самопрезентация в новом медиапространстве отражает их социальное взаимодействие и самовосприятие.

2. *На уровне самоконструирования создание цифровой личности в цифровой медиасреде напрямую отражается в объективации «Я», количественной оценке «Я» и соконструировании «Я».* Объективация «Я» включает в себя профили социальных сетей, аватары, размещенные селфи, видео, посты и другие цифровые следы, поэтому наша цифровая личность конструируется нами, и мы становимся кураторами выставки нашего цифрового «Я», рассматривая его со стороны и постоянно изменяя¹⁰⁸. Количественная оценка «Я» отражается в трех аспектах: во-первых, устройства и приложения для самослежения превращают в данные о личных физических нагрузках, сне, диете, эмоциях, потреблении и другой личной информации; во-вторых, вся деятельность на социальных платформах количественно оценивается данными о просмотрах, лайках, комментариях и ретвитах; в-третьих, как самообъективированные, так и самоколичественные данные используются алгоритмами для анализа нашего поведения и, таким образом, персонализации и точной рекомендации рекламы, новостей и видео¹⁰⁹. Соконструирование «Я» проявляется двумя сторонами: во-первых, комментарии, лайки и ретвиты на новых медиа-платформах помогают нам формировать наше самовосприятие и Я-концепцию; во-вторых, информационный круг, формируемый обобщенными другими людьми в новой медиасреде, также влияет на само-конструирование. Мы создаем свои цифровые личности совместно с другими людьми в экологии цифровых медиа.

3. *Самоидентификация включает в себя построение самоидентичности, обретение чувства принадлежности себе и стремление к обретению смысла для себя.* В настоящее время социальное взаимодействие людей все больше

¹⁰⁸ Belk, R. (2016). Extended self and the digital world. *Current Opinion in Psychology*, 10, 50–54.

¹⁰⁹ Brubaker, R. (2020). Digital hyperconnectivity and the self. *Theory and Society*, 49(5), 771–801.

зависит от цифрового пространства и подходов, основанных на данных, а самоидентификация в значительной степени зависит от цифрового пространства. Некоторые исследователи в самом начале развития Интернета были обеспокоены тем, что он вызовет кризис самоидентичности, заключающийся в сложности отделения виртуальной личности «Я» от реальной личности, отделения «Я» от социальных отношений и отделение «Я» от сущности человека¹¹⁰.

Помимо кризиса, новое опосредованное пространство предоставляет новые возможности для самоидентификации. Первая возможность заключается в самоэмансипации, цифровые устройства и Интернет предоставляют людям ресурсы для выхода из ограничений, налагаемых их семьей, сообществом или институциональной средой. Участники цифровой медиаэкологии в некотором смысле чужие друг другу, потому что члены онлайн-сообщества незнакомы друг с другом, не друзья и не враги, не внутри и не вне нас¹¹¹. Поскольку он или она может свободно выбирать принадлежность к группе и взаимодействовать с другими членами группы в цифровом опосредованном пространстве, цифровой индивид, который является незнакомцем, одновременно становится членом онлайн-сообщества. Поэтому такой тип онлайн-взаимодействия может удовлетворить как нашу потребность в групповой идентичности, так и нашу потребность в личной самоидентификации в сети. Возможность самоэмансипации приводит к тому, что цифровые медиа перераспределяют субъекты социализации подростков из семьи, общины и школы в различные онлайн- и интернет-сообщества, и влияние новых медиа на социализацию подростков увеличивается, в то время

¹¹⁰ Ван Рун Цзе, Ян Сюань. Анализ экзистенциальной тревоги в условиях роста цифрового я // Друг редактора. 2022. № 5. С. 37–41, 48. (王润泽, 杨璇: 数字自我崛起下的存在焦虑分析)

¹¹¹ Чжан Цзе. Общение через странность: незнакомцы и онлайн идентичность/идентичность в эпоху мобильного интернета – перспектива, основанная на «индивидуализированном обществе» // Международная журналистика. 2016. № 1. С. 102–119. (张杰: 通过陌生性去沟通: 陌生人与移动网时代的网络身份/认同 — 基于“个体化社会”的视角)

как влияние традиционных субъектов социализации на подростков уменьшается.

Вторая возможность заключается в том, что экология цифровых медиа предлагает разнообразные методы и богатый контент для корректировки чувства собственной значимости и конструирования самоидентичности. Различные онлайн-сообщества, развлекательные приложения и социальные сети позволяют подросткам заявлять о своем существовании, выражать свою индивидуальность, устанавливать и поддерживать социальные отношения, а также осваивать новые способы общения с другими людьми. Более того, богатый контент, производимый отдельными людьми, медийными организациями, профессиональными учреждениями, экспертами и учеными в медиaprостранстве, предоставляет богатый медиаконтент для самоменеджмента и саморегуляции. Исследования показали, что видеоролики об автономной сенсорной меридианной реакции оказывают регулирующее воздействие на эмоциональные и физиологические состояния, такие как тревога, одиночество, депрессия, бессонница и гнев¹¹².

Это показывает, что развитие цифровой личности как никогда ранее возможно на арене цифровых медиа, что приводит к новым способам презентации и представления, новым способам конструирования своей идентичности как внутри, так и вовне, а также новым способам восприятия и оценки. Практики самопрезентации, самоконструирования и самоидентификации молодых людей неумовимо изменились.

Выводы по главе 1

В первой главе основное внимание уделено трем вопросам:

1) предпосылки, проблемы и текущие направления исследований в области медиа и исследований подростковой социализации;

¹¹²Andersen, J. (2015). Now you've got the shiveries: Affect, intimacy, and the ASMR whisper community. *Television & New Media*, 16(8), 683–700.

2) модели и теоретические основы современной подростковой социализации;

3) воздействие медиатизации на социализацию подростков.

Исследование фонда Пейна «Кино и дети» заложило *теоретическую и методологическую основы* для изучения влияния СМИ на социализацию подростков, оказало значительное влияние на последующие исследования. Степень влияния СМИ на социализацию подростков углубляется по мере развития медиатехнологий, а аспекты влияния становятся все более разнообразными и их можно свести к четырем основным темам: социальные отношения, исследование идентичности, когнитивное развитие, физическое и психическое здоровье.

В научном поле существуют две точки зрения на то, как медиа влияют на социализацию подростков. Сторонники первой утверждают, что медиа полезны для социализации подростков, подчеркивают удобство медиатехнологий и расширение пространства социализации; приверженцы второй, наоборот, полагают, что медиа вредны для социализации подростков, делают больший акцент на недостатках использования медиа и медиаконтента.

Наблюдается несколько исследовательских тенденций.

Во-первых, теоретические рамки влияния СМИ на социализацию подростков изменились от *медиации* к *медиатизации* и *глубокой медиатизации*, отражая изменения в технологии СМИ и социальные изменения.

Во-вторых, подростки рассматриваются как действующие лица новой эры медиа, изначально превращаясь из пассивных получателей в активных участников.

В-третьих, подростки используют онлайн-пространства для самопрезентации и построения идентичности, а онлайн/виртуальные сообщества стали частью как повседневной, так и онлайн-жизни.

Современные теоретические рамки и методология подростковой социализации основаны на традиционной теоретической базе социализации: теории зеркального Я, ролевой игры, самопрезентации, самоидентичности, морального развития и культурно-историческая теория.

Исследования СМИ и подростковой социализации являются *междисциплинарными*, так же как и задействованные в них теории и методологии, и проводятся учеными в области коммуникации, психологии, социологии и образования. Модель теории социализации претерпела эволюцию в формах моделей теории пассивной социализации, теории активной социализации и экосистемной социализации в ответ на развитие медиатехнологий и социальные изменения.

Влияние глубокой медиатизации на социализацию подростка проявляется в цифровой медиасреде, цифровом выживании и цифровой личности. В сегодняшней медиасреде изменилось восприятие и отношение молодых людей к миру. Чтобы изучить влияние новых медиа на социализацию современных китайских подростков, необходимо рассмотреть следующие аспекты: медиасреда, в которой они живут; влияние медиа на их восприятие, отношение и поведение; особенности их поведения в онлайн-сообществе – новом институте социализации.

ГЛАВА 2

МЕДИАТИЗИРОВАННОЕ СУЩЕСТВОВАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ПОДРОСТКОВ В НОВОЙ МЕДИАСРЕДЕ

Каждая инновация в области медиатехнологий создает более богатую, более объемную (трехмерную) медиаэкологию в дополнение к изменению формы медиа. Смартфоны, планшеты, умные часы и другие мобильные терминалы являются такими же средствами массовой информации, как радио и телевидение, предназначенными для передачи информации, развития коммуникации и удовлетворения потребностей. Но эти устройства установили очень тесную связь с большинством людей, а это привело к кардинальному расширению возможностей коммуникации — соединению людей с людьми, людей с контентом и людей с услугами, а также к расширению возможностей восприятия себя и окружающей среды, способствуя выживанию медиатизации. Можно утверждать, что новые медиа повлияли на все аспекты жизни людей.

Молодое поколение растет вместе с развитием новых медиа, являясь как пользователем новых медиа, так и участником и действующим лицом новой медиаэкологии. Их образ жизни, образ мышления и поведение подвергаются тонкому влиянию. Подростки как пользователи Интернета распространяют свои мысли, мнения и установки через различные терминалы и платформы в виде слов, картинок и лайков, ведя *опосредованное* существование. Эти созданные подростками материалы могут лучше отражать их мысли, взгляды и поведение в процессе медиатизации и могут служить важной формой самовыражения и самопрезентации.

Чтобы исследовать влияние новых медиа на социализацию китайских подростков, требуется изучить медиасреду, в которой они живут, затем изучить влияние новых медиа на их познание, отношения и социальное поведение, и, наконец, выявить роль новых медиа в социализации через онлайн-язык подростков.

2.1. Сетевая экология подросткового возраста в Китае

Во всем мире увеличивается доля людей, владеющих смарт-устройствами, смартфонами и планшетами, также растёт активность людей в Интернете¹¹³. При этом подростковая группа стала важным компонентом экосистемы новых медиа¹¹⁴, и выяснение текущей ситуации и особенностей использования китайскими подростками новых медиа способствует лучшему изучению их социализированной медиасреды. В качестве материала для анализа медиасреды, в которой живут подростки, был выбран «Статистический отчет о состоянии развития Интернета в Китае» (2018–2022), подготовленный Китайским центром интернет-информации. Для анализа использования новых медиа подростками были также использованы результаты «Вопросника по использованию новых медиа среди подростков» (прил. 1) и «Вопросника по влиянию новых медиа на социализацию подростков (версия родителей, учителей)» (прил. 2), проведенные нами в провинции Нинся, Китай, в мае 2020 года.

Среда новых медиа в Китае

Под новыми (цифровыми) медиа понимается любое средство массовой коммуникации, которое основано на цифровых информационно-коммуникационных технологиях. К ним относятся социальные сети, видеохостинги, онлайн-игры и различные приложения. Чтобы понять онлайн-экологию бытия молодых людей в Китае, необходимо сначала понять экологию китайских новых медиа. Важно подчеркнуть, что сформирована *новая медиасреда*, объединяющая коммуникационные сети, сети социальных отношений и сети услуг в современном Китае. Из-за установленных

¹¹³Kemp, S. (2020, April 23). *Digital around the World in April 2020*. We Are Social Ltd. Retrieved May 6, 2020, from <https://wearesocial.com/uk/blog/2020/04/digital-around-the-world-in-april-2020>

¹¹⁴Экосистема медиа: цифровые модификации. Монография / ред. С.Л. Уразова. Челябинск: ЮУрГУ, 2021.

ограничений доступа к медиаиндустрии, в Китае возникла и функционирует *особая медиаэкология, имеющая ярко выраженные национальные и культурные особенности.*

Коммуникационные сети контента состоят из платформ видео-, аудио-, текстового и графического содержания. Три категории видеоплатформ включают в себя длинные, средние и короткие видео¹¹⁵.

К платформам длинного видео относятся Tencent Video, Iqiyi, Mango TV, Youku, содержащие фильмы, телевизионные драмы и эстрадные шоу. Форма представления, методы хранения и передачи длинного видео, поведение пользователей и их привычки просмотра в основном не отличаются от привычек просмотра телевизора, что привело к *глубокой интеграции телевидения и видеоплатформ*, о чем свидетельствует востребованность смарт-телевизоров.

В Китае ведущей платформой для среднего видео является Bilibili.com, на котором размещаются видеоролики, созданные пользователями, как на YouTube.

К числу популярных платформ для коротких видео относятся Douyin, Quick Worker и RED. Кроме того, платформа прямого вещания в настоящее время очень популярна в Китае: WeChat Channels, Douyin, Quick Worker, Нууа и Доуи имеют преимущества в прямом вещании (стриминге) игр, электронных соревнований, спортивных мероприятий, покупок в прямом эфире и обмена знаниями. Под влиянием коротких видеороликов традиционные крупные СМИ, такие как «Жэньминь жибао», Центральное телевидение Китая и информационное агентство «Синьхуа», приняли видеоплатформу *в качестве основного канала распространения новостной информации*, завели аккаунты в WeChat Channels и Douyin и стали производить и публиковать содержание в соответствии с характеристиками различных видеоплатформ.

¹¹⁵Длинное видео – это видео продолжительностью 30 минут и более, среднее видео – от 1 до 30 минут, а короткое видео – от 15 секунд до 5 минут.

Онлайновые музыкальные и аудиоплатформы – это два типа платформ. Музыкальные онлайн-платформы предоставляют пользователям музыку, длинные аудиозаписи и социальные развлекательные услуги. Крупнейшими музыкальными онлайн-платформами в Китае являются QQ Music и NetEase CloudMusic. Онлайновые аудиоплатформы в первую очередь предоставляют пользователям аудиокниги, развлекательные аудиозаписи, подкасты, обмен знаниями, аудиотрансляции, радиопостановки и другие полные типы аудиоконтента, в том числе и производные социальные услуги.

В настоящее время доступны Himalaya, Dragonfly FM, Litchi FM, Little Universe и др. Сегодняшние аудиоплатформы в качестве своих стратегий используют модели PGC (professional generated content, созданный профессионалами контент), PUGC (professional generated content + user generated content, созданный профессионалами контент + созданный пользователями контент) и UGC (user generated content, созданный пользователями контент). Эти платформы применяют технологию больших данных для определения атрибутов пользователей, улучшения связи между пользователями и контентом, фокусируются на социальных атрибутах UGC и предоставляют пользователям ориентированные на сообщество музыкальные онлайн-сервисы и социальные развлекательные услуги.

Данные платформы поощряют пользователей создавать списки песен и делиться ими для *облегчения социального взаимодействия*, а также рекомендуют персонализированную музыку с помощью алгоритмов, основанных на характеристиках песен, профилях пользователей и их поведении, упрощая поиск песен и усиливая персонализированные рекомендации.

Текстовый и графический контент по-прежнему является *самым востребованным методом распространения информации*, доминирует в поисковых системах, онлайн-СМИ, новостных приложениях, официальных аккаунтах WeChat и системах вопросов и ответов. На таких платформах

публикуются комментарий к новостям, подробный новостной репортаж и статьи по обмену знаниями, которые легко найти и поделиться.

Возросшая популярность коротких видеороликов в определенной степени повлияла на распространение текстового и графического контента. Объем пользователей и частота их обращения к поисковым системам и онлайн-новостям уменьшается с каждым годом¹¹⁶, длинный контент становится короче и лаконичнее.

В исследованиях совокупности новых медиа социальные медиа являются самой популярной платформой. WeChat и QQ, основанные на прочных социальных отношениях, являются самыми популярными платформами социальных медиа в Китае. По данным на 31 декабря 2021 года число ежемесячно активных аккаунтов на WeChat составляет 1 миллиард 268 миллионов, а на QQ – 552 миллиона¹¹⁷.

RED, Douyin и Sina Weibo являются открытыми социальными платформами, основанными на *слабых социальных отношениях*. Эти платформы следует называть скорее *медиакомпаниями*, чем социальными сетями. Помимо общения, они предоставляют контент, который может заинтересовать, без привязки к друзьям. Данные социальные сети превращаются в медиа по своей природе. Хотя приложения используют различные механизмы, все они создают сеть, которая позволяет участникам чувствовать себя связанными с миром. Douyin и WeChat теперь объединяют онлайн- и офлайн-услуги для удовлетворения различных потребностей людей, включая онлайн-покупки, онлайн-медицину, оплату ЖКХ, онлайн-заказы и др. Предоставляя информацию и услуги, платформы социальных сетей связывают людей и мобильные устройства, объединяя контент, отношения и

¹¹⁶50-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае / Китайский информационный интернет-центр. 2022. URL:

<https://www.cnnic.cn/NMediaFile/2022/0926/MAIN1664183425619U2MS433V3V.pdf> (дата обращения: 08.08.2021). (第 50 次中国互联网络发展状况统计报告)

¹¹⁷Годовая чистая прибыль Tencent составила 224,82 млрд юаней, месячная активность WeChat достигла 12,68 млн пользователей // Цайши Медиа. 2022, 23 марта. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1728083239740512855&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 08.08.2022). (腾讯一年净利 2248.2 亿元, 微信及 WeChat 月活达 12.68 亿)

услуги, а также служат связующим звеном между информацией, отношениями и услугами.

Подростки как узлы в коммуникационных сетях, социальных сетях и сетях услуг

Подростки как узлы в коммуникационных сетях. Подростки создают личные аккаунты на видеоплатформах коротких видео, в социальных сетях и различных прикладных платформах, а также формируют коммуникационный центр с самими собой в качестве узлов, с тремя ролями и функциями производства, распространения и потребления информации. С быстрым развитием коротких видео в Douyin и Quick Worker топ-KOL (key opinion leader, ключевые лидеры общественного мнения) среди активных несовершеннолетних пользователей составили 12,8 и 15,8 % соответственно. Это не доминирующий пласт активных пользователей, однако в RED и Sina Weibo процент несовершеннолетних подскочил до второго места, уступая только возрастной группе от 19 до 24 лет.¹¹⁸ В 2021 году Vicky 宣宣 (15 лет) привлекла внимание тем, что выпустила свою личную оригинальную песню She и процесс ее производства в виде влога на Bilibili.com, и ее аккаунт пополнился на 100 000 поклонников за три дня. Однако это была не первая ее работа на онлайн-платформе; по сообщениям, она выпускает свои работы на видео- и аудиоплатформах с 13 лет¹¹⁹. Vicky 宣宣 лишь одна из представителей большого количества подростков-блогеров, которые производят контент, используя новые формы его распространения и новые медиаплатформы. Информация, производимая большим количеством людей, будет способствовать диверсификации систем ценностей, что, в свою

¹¹⁸ QuestMobile 2020. Кроссплатформенный отчет по исследованию экологии KOL // The Paper. 2020, 30 июля. URL: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_8488780 (дата обращения: 30.06.2022). (QuestMobile2020 跨平台 KOL 生态研究报告)

¹¹⁹ От NetEase CloudMusic до центрального телевидения Китая: как загорелся музыкант Vicky 宣宣 ? // Китайская молодежная сеть. 2021, 7 мая. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1699077045802402338&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 07.12.2022). (从云村走上央视, 05 后音乐人 Vicky 宣宣是怎么火起来的?)

очередь, позволит подросткам наблюдать, понимать и оценивать вещи с разных точек зрения.

В новой медиакommunikационной среде контент часто распространяется через опцию «Поделиться»: имеет ли он социальную ценность, помогает ли отразить собственные чувства, улучшает ли социальный имидж – фактически так образуется еще один канал распространения информации. Подростки могут создавать информационные сети на основе своих социальных связей, интересов, предметов и индивидуальных потребностей. На объем и глубину их доступа к информации могут влиять платформы или алгоритмы, используемые для создания этих информационных сетей, которые также являются отражением их потребительских привычек. Новые медиа предоставляют молодежи широкий спектр контента для потребления, но вместе с тем они указывают на фрагментацию потребления контента, что связано с феноменом неглубокого чтения и неглубокого мышления среди подростков¹²⁰.

Подростки как узлы в социальных сетях. Социальные сети объединяют людей на платформе, казалось бы, свободным, но тесно связанным способом, который может удовлетворить человеческие потребности: самоформирование и присутствие, эмоциональное выражение и эмоциональная поддержка, социальная принадлежность и социальное участие, построение социальной сети и приобретение социального капитала, а также экологическая осведомленность. Распространение и развитие новых медиаприложений меняет способы связи и взаимодействия людей и их интенсивность. Это приводит к сближению и расхождению онлайн-групп и постоянно меняет социальную структуру онлайн-пространства.

¹²⁰Сюй Пэн, Цюй Чжэн. Подростковое фрагментированное чтение в эпоху мобильного интернета и его стратегии преодоления // Справочник по политическому обучению в средних школах. 2020. № 77 (21). С. 88–91. (徐鹏, 曲政: 移动互联网时代青少年碎片化阅读及其应对策略)

В процессе взаимодействия в киберпространстве подростки вступают в различные онлайн-сообщества, группы, или круги, исходя из своих личных потребностей, и на основе взаимодействия в киберпространстве возникает феномен стратификации. Наиболее интуитивным проявлением онлайн-стратификации молодежных групп являются субкультурные круги. Они строят специфический круг через субкультуры, такие как двухмерная культура, культура пулевого экрана (bullet screens) и фанатская культура, чтобы получить удовлетворение от культурного потребления, производства и чувства принадлежности.

Подростки как узлы в сетях услуг. Современные новые медиа предоставляют не только контент, но и разнообразные социальные и бытовые услуги. Онлайн-покупки, онлайн-такси, онлайн-платежи, оплата ЖКХ и прочие услуги проникли во все аспекты жизни людей. Потребности каждого человека в трех сферах – содержании коммуникации, социальных отношениях и услугах – взаимосвязаны. Люди выступают в качестве узлов в коммуникационных сетях, сетях социальных отношений и сетях услуг, что приводит к появлению новых явлений в сфере услуг и новых экономических форм. Фан-экономика является наиболее заметным проявлением зарождения экономики сообществ, которая обусловлена личными потребностями онлайн-сообществ, сформированных в результате взаимодействия людей.

Коммерческий капитал усиливает поклонение идолам через цифровые медиа и превращает психологическую идентификацию и эмоциональную привязанность фанатов к идолам в потребительский контент. Являясь аксессуаром психологического развития подростков, поклонение кумирам имеет определенное значение для изучения особенностей социализации подростков. Кроме того, данные о поведении подростков на социальных или торговых онлайн-платформах также служат основой для анализа их контентных предпочтений, которые, в свою очередь, воздействуют на производство информации и оказывают влияние на потребление подростками информации, их личные установки и поведение.

***Использование новых медиа среди подростков:
результаты исследования***

В большинстве случаев подростки подключены к Интернету, причем основным устройством является смартфон. В целом в течение пятилетнего периода – с 2018 по 2022 год – процент использования Интернета китайскими несовершеннолетними пользователями (в возрасте 6–18 лет) оказался намного выше (99,9 % в 2022 году) общего уровня проникновения Интернета в Китае (73 %) (рис. 1). В связи с этим влияние новых медиа на социализацию подростков требует неотложного внимания.

Проведенное нами исследование касалось подростков китайской провинции Нинся. Были опрошены 251 подросток в возрасте 11–18 лет (110 мальчиков, 141 девочка) (прил. 1).

Результаты опроса показали, что для доступа в Интернет 88,1 % респондентов используют смартфон, 19,84 % – настольные компьютеры, 16,67 % – ноутбуки и 10,71 % – планшеты.

Показатель использования смартфона в возрасте 15–16 лет – 92,86 %, 17–18 лет – 96,97 %. Использование смартфонов значительно востребованнее среди 15–18-летних, чем среди 11–14-летних, уровень использования смартфонов положительно коррелирует с увеличением возраста подростков (рис. 2). Умные часы, интеллектуальные голосовые помощники и другие интеллектуальные устройства также вошли в жизнь современных подростков.



Рис. 1. Использование Интернета несовершеннолетними в Китае

Источник: Цзи Вэйминь, Шэнь Цзе, Ян Биньян, Цзи Линь. Синяя книга молодежи: отчет об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами (2018–2022 гг.). Пекин: Изд-во общественно-научной литературы, 2023.

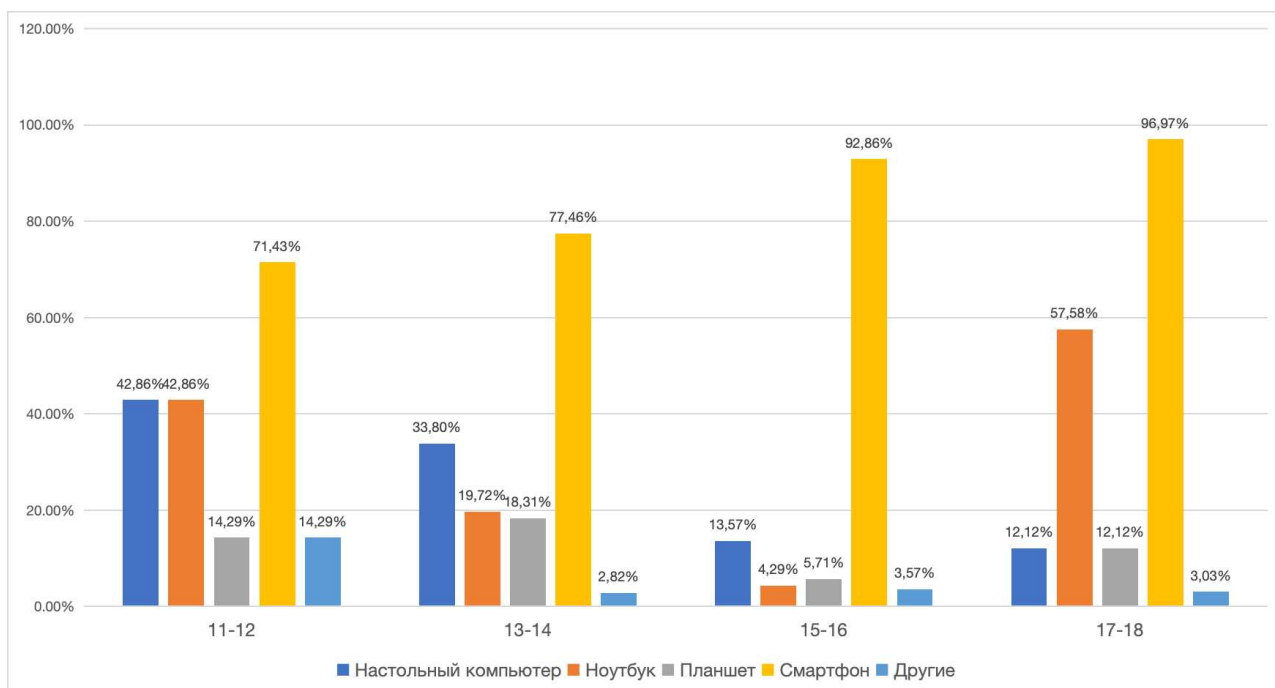


Рис. 2. Использование интернет-устройств среди подростков

Контроль продолжительности использования новых медиа. Результаты вопросника показывают, что подростки контролируют время и частоту использования электронных устройств, существует значительная разница в доступе к Интернету в будние и выходные дни. Подростки в возрасте 11–16 лет контролировали большую часть времени использования электронных устройств в выходные и праздничные дни, в то время как подростки в возрасте 17–18 лет предпочитали чаще использовать электронные устройства после школы (рис. 3).

Каждый день используют электронные устройства 75,6 % подростков, из них 37,6 % проводят за ними более 3 часов в день; 24,4 % респондентов могут использовать мобильные устройства только по выходным, что связано с родительским контролем. По результатам «Вопросника по влиянию новых медиа на социализацию подростков (версия родителей, учителей)» (прил. 2), 47,49 % родителей запрещают или ограничивают время использования электронных устройств своими детьми, а 42,46 % – управляют использованием бумаговыдающих устройств своих детей в зависимости от ситуации.

Среди подростков, ежедневно использующих электронные устройства, проводят за ними более 3 часов в день 37,6 %, ограничиваются 3 часами – 38 %, 1–2 часа – 23,9 %, 2–3 часа – 19,92 % и менее 1 часа – 9,16 %.

Использование электронных устройств в течение 1 часа и 1–2 часов уменьшается с возрастом, в то время как использование электронных устройств в течение 2–3 часов и более 3 часов увеличивается с возрастом (рис. 4). Это может быть связано с двумя факторами: во-первых, родительский контроль может ослабевать по мере взросления подростков, а во-вторых, подростки старшего возраста испытывают большую потребность в доступе к информации, онлайн-общению и развлечениям.

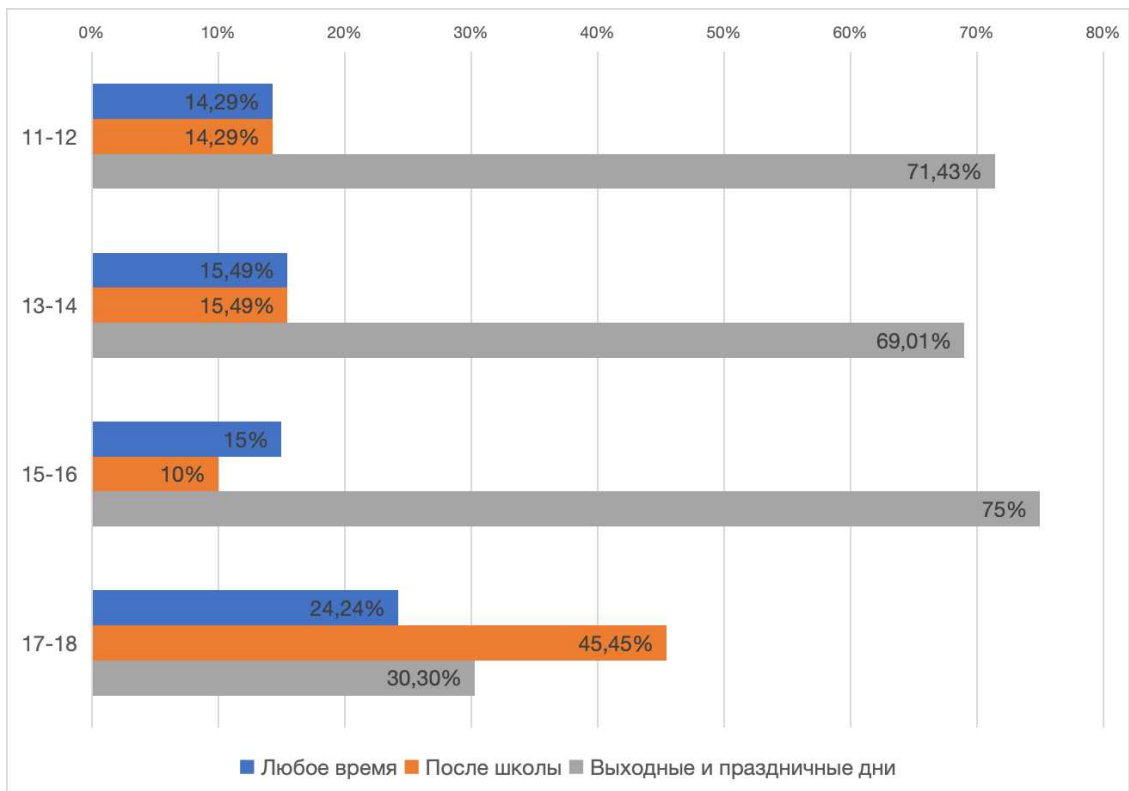


Рис. 3. Время, проведенное подростками за электронными устройствам

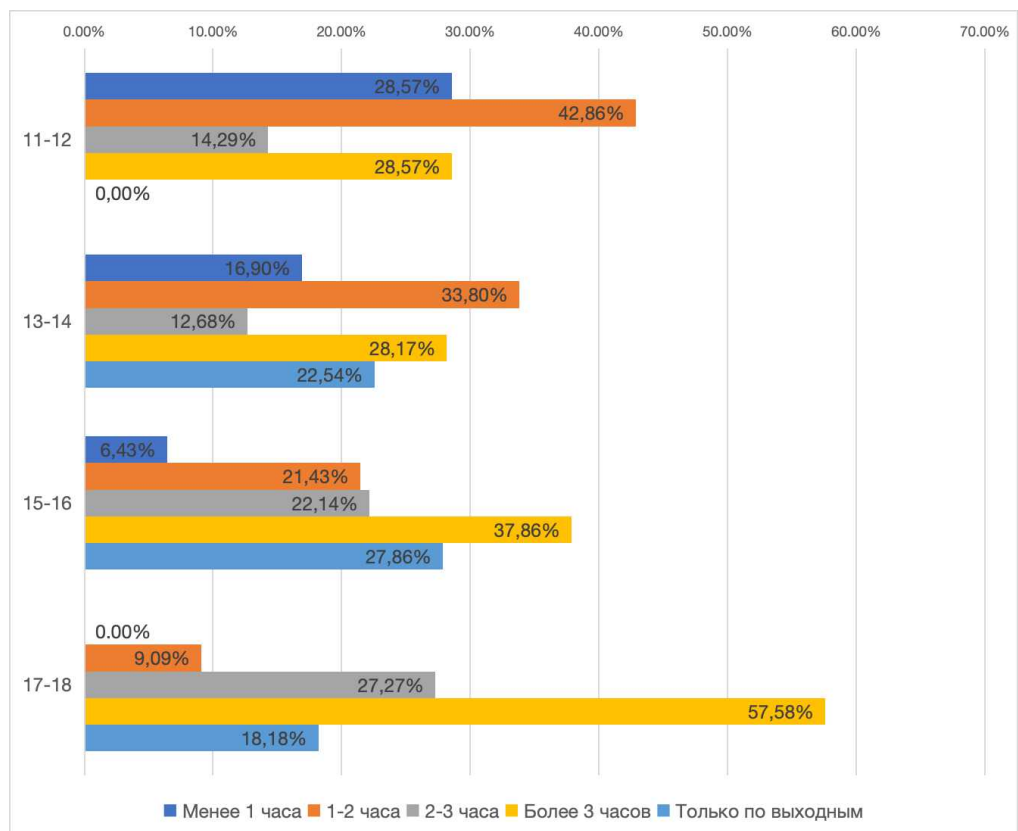


Рис. 4. Продолжительность и частота использования электронных устройств среди подростков

Существует значительная разница между фактическим временем использования подростками электронных устройств и временем, которое они проводят за ними, по мнению родителей: 44,69 % родителей считают, что их дети используют электронные устройства менее 1 часа, 32,96 % – 1–2 часа, 13,41 % – 2–3 часа и 8,94 % – более 3 часов. Эти данные могут означать, что родительский контроль за использованием подростками цифровых устройств неэффективен.

Цель использования новых медиа подростками

В эпоху цифровых медиа все более богатые функции коммуникационных интернет-технологий и цифровых устройств удовлетворяют потребности интернет-пользователей, среди которых социальные отношения являются основными, а платформы социальных медиа хорошо подходят для удовлетворения потребностей пользователей в социальном взаимодействии, самоформировании и межличностном общении. Кроме того, различные мобильные приложения и сетевые платформы могут удовлетворить потребности пользователей в различных услугах. По результатам вопросника, цели использования новых медиа подростков можно разделить на три категории: потребности в контенте, отношениях и услугах (табл. 1). Классификация и данные, приведенные в табл. 1, приводят к следующим выводам:

1. *По потребностям в контенте подростки используют цифровые устройства в основном для обучения и отдыха.* Использование подростками цифровых гаджетов в основном обусловлено их потребностями в информации и отношениях. Согласно результатам вопросника (табл. 1), 77,29 % подростков с потребностями в информации используют цифровые устройства для обучения, в том числе в целях самосовершенствования, например для доступа к учебным ресурсам, записи на онлайн-курсы и приобретения новых навыков. Досуг и развлечения также являются основными нуждами подростков, при этом прослушивание музыки –

наиболее предпочитаемое развлечение, а электронные устройства используются среди прочего для просмотра фильмов, сериалов, коротких видеороликов и для игр. Для получения информации цифровые устройства используют 25,1 % подростков, в данном случае для того, чтобы быть в курсе новостей и текущих событий, а также следить за своим окружением.

Таблица 1

Классификация потребностей молодых людей

Классификация целей	Конкретные цели	Результаты, %
Требования к контенту	Получение информации	25,10
	Обучение	77,29
	Просмотр анимации	6,77
	Просмотр фильмов и сериалов	38,65
	Просмотр видеороликов и прямой трансляции	23,51
	Прослушивание музыки	68,53
	Игры	31,47
Требования к взаимоотношениям	Социальные сети	67,33
Требования к услугам	Онлайн-покупки	27,89
	Бытовые услуги	10,76

Составлено автором по результатам опроса респондентов

2. *Основной функцией использования подростками цифровых гаджетов с точки зрения требований к отношениям является межличностное общение. Другой ключевой мотивацией использования новых медиа у подростков является удовлетворение их потребности в социальных связях. Требования пользователей Интернета к отношениям можно разделить на социальную активность, межличностное общение и самоформирование (включая самопознание, управление имиджем и самовыражение).*

На всех трех уровнях подростки имеют различные запросы. Во-первых, основной формой самоформирования в социальных сетях является самовыражение. Социальные сети используются для выражения своих интересов и непосредственных чувств, посредством размещения фотографий,

видео и текстовых сообщений. Во-вторых, подростки ориентированы на межличностное общение. С этой целью они используют цифровые устройства для доступа к социальным сетям, таким как QQ, WeChat и Sina Weibo, где осуществляются как социальные связи с совершенно незнакомыми людьми в онлайн-сообществе Sina Weibo, так и межличностное взаимодействие, основанное на реальных отношениях. В-третьих, отношения со сверстниками, особенно в семье и школе, составляют основу социальных взаимодействий подростков. Новая медиаплатформа функционирует подобно социальному взаимодействию предыдущего сообщества, но в отличие от него сообщество на новой медиаплатформе коммуницирует онлайн, состоит из незнакомых людей с более широким охватом, что создает новый тип онлайн-контакта, к которому подростки уже привыкли.

3. *Среди требований к услугам лидируют онлайн-покупки.* Результаты вопросника показывают, что 10,76 % подростков используют электронные устройства для различных услуг, таких как аренда автомобиля или заказ еды на вынос, а 27,89 % используют их для покупок в Интернете. По состоянию на июнь 2022 года в Китае насчитывался 841 миллион онлайн-покупателей, что составляет 80,0 % всех пользователей Интернета в стране. Кроме того, очевидно, что каналы онлайн-потребления в Китае имеют различные характеристики.

По мере того как все больше платформ социальных сетей вовлекаются в сектор электронной коммерции, каналы онлайн-потребления пользователей сместились с традиционных сайтов электронной коммерции, таких как Taobao и Jingdong, на сайты прямых трансляций коротких видеороликов и социальных сетей ¹²¹. На потребности подростков в услугах влияют требования общества в целом.

¹²¹Синяя книга мобильного интернета: отчет о развитии мобильного интернета в Китае (2022) / под ред. Тан Вэйхун, Тан Шэнхун, Лю Чжихуа. Пекин: Издательство общественно-научной литературы, 2022. (唐维红、唐胜宏、刘志华主编:移动互联网蓝皮书:中国移动互联网发展报告(2022))

2.2. Влияние новых медиа на мышление и поведение подростков

В первой главе диссертации проведен обзор литературы о влиянии СМИ на социализацию подростков, а также обобщены соответствующие исследования по четырем темам: социальные связи, поиск идентичности, когнитивное развитие, физическое и психическое здоровье. Исследование идентичности включает определение роли, выбор карьеры и построение идентичности, а когнитивное развитие включает социальное и моральное познание и познание ценностей. С позиций этих четырех точек зрения в данном параграфе рассматривается, как новые медиа повлияли на мышление, отношения и поведение китайских подростков.

В качестве материалов для анализа были выбраны разработанные нами «Вопросник по использованию новых медиа среди подростков» (прил. 1) и «Вопросник по влиянию новых медиа на социализацию подростков (версия родителей, учителей)» (прил. 2), а также «Синяя книга для подростков: отчет об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами» (2009–2022)¹²², совместно опубликованный Китайским информационным интернет-центром и департаментом защиты прав и интересов подростков Центрального комитета комсомола.

Социальные связи:

основанные на знакомстве, роль новых медиа возрастет

Согласно «Отчету об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами», подростки общаются в Интернете по большей части со знакомыми из реальной жизни (одноклассниками, членами семьи и друзьями), а социальные сети воспроизводят и углубляют такие связи, доля общения со знакомыми увеличилась с 70,3 % в 2011 году до 82,3 % в 2022

¹²² Первое исследование доступа к мобильным телефонам было проведено в рамках проекта «Исследование использования Интернета несовершеннолетними китайцами» в 2009 году, а в 2015 и 2016 годах отчет не публиковался.

году¹²³. Это может быть связано с отношением подростков к онлайн-взаимодействию. Преимущество общения в Интернете, по мнению подростков в том, что можно с легкостью участвовать в дискуссиях на интересующие их темы, следить за новостями и быстро выражать свое мнение, а также поддерживать связь с друзьями и играть с ними в игры. Современные подростки стали более внимательны к безопасности в Интернете, в основном потому, что испытывают чувство самозащиты при общении в сети и неохотно раскрывают какие-либо подробности.

По данным вопросника (прил. 1), пол (76,1 %), возраст (58,17 %), имя (39,04 %), аккаунты в социальных сетях (37,45 %) являются наиболее распространенными видами личной информации, которой подростки делятся в новых медиаприложениях, в то время как легко идентифицируемые детали, такие как домашний адрес, электронная почта, фотографии и посещаемые классы, раскрывались редко.

Доля общения со знакомыми в онлайн-взаимодействии среди подростков растет, но статус сообществ в традиционных средах социализации был в некоторой степени заменен онлайн-общением с незнакомыми людьми на онлайн-платформах или в онлайн-сообществах. Большинство подростков вовлечены в эти пространства лишь поверхностно. В случае социальных горячих событий преобладающими практиками являются просмотр комментариев (53,3 %) и случайное чтение соответствующих новостей (32,5 %), только 12,5 % подростков будут ретвитить и делиться сообщениями о событиях, а 8,6 % – следить и обсуждать¹²⁴. Это также соответствует общей ситуации в коммуникационной среде, где большинство людей являются молчаливым большинством.

¹²³ Синяя книга для подростков: отчет об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами (2022) / под ред. Фан Юн, Цзи Вэйминь, Шэнь Цзе, Ян Биньян, Цзи Линь, Е Цзюнь. Пекин: Изд-во научной литературы, 2022. 412 с. (方勇, 季为民, 沈杰, 杨斌艳, 季琳, 叶俊主编: 青少年蓝皮书: 中国未成年人互联网运用报告(2022))

¹²⁴ Там же.

Находя общий язык со своими семьями, друзьями и сверстниками в повседневном общении в школе, дома и в обществе, подростки могут развивать здоровые социальные сети и системы социальной поддержки как часть традиционного процесса социализации. Это может помочь им заручиться поддержкой сверстников, постоянно развивать свою личность, улучшать способность к самовосприятию и способствовать решению проблем. Также имеют место много положительных эффектов для психологической и эмоциональной адаптации подростков к обществу. Популярность Интернета и различных приложений развлечений и социальных сетей создала новую среду для взросления подростков и изменила способы и каналы их повседневной жизни и социализации.

Разнообразие и анонимность приложений новых медиа позволяют молодым людям освободиться от многих ограничений реальной жизни и взаимодействовать в сети, обновлять личный статус и выражать личные взгляды для достижения более позитивного и аутентичного социального взаимодействия и самопрезентации. Однако подростки могут испытывать одиночество и отчуждение от реального мира в результате общения в социальных сетях, игр и других видов деятельности в Интернете. Фактически 12,4 % подростков сообщили, что в 2021 году чувствовали себя более одинокими и отчужденными в результате использования Интернета¹²⁵. Это означает, что новые медиа не только изменяют структуру социальных связей подростков, но также и то, как подростки взаимодействуют друг с другом и их восприятие социальных отношений.

Поиск идентичности: незаметное влияние новых медиа

Поиск идентичности у подростков включает формирование представлений о гендерных ролях, развитие социальных и коммуникативных

¹²⁵Синяя книга для подростков: отчет об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами (2021) / под ред. Фан Юн, Цзи Вэйминь, Шэнь Цзе, Ян Биньян, Цзи Линь, Е Цзюнь. Пекин: Изд-во научной литературы, 2021. 358 с. (方勇, 季为民, 沈杰, 杨斌艳, 季琳, 叶俊主编: 青少年蓝皮书: 中国未成年人互联网运用报告 (2021))

навыков, формирование карьерных целей, самопрезентацию и конструирование идентичности в киберпространстве, а также проведение социального самопоиска.

Согласно «Синей книге для подростков», наиболее популярными профессиями у китайских подростков являются «учитель» и «врач», причем выбор в пользу «врача» значительно увеличился с 13,3 % в 2020 году до 19,8 % в 2022 году в связи с влиянием эпидемии коронавируса. Появление и развитие онлайн-карьеры также повлияло на выбор профессии подростками, при этом влияние знаменитостей, профессиональных игроков в игры (киберспортсменов) и интернет-знаменитостей растет с каждым годом. Молодые люди все чаще рассматривают появляющиеся профессии, связанные с Интернетом, как желаемые карьерные устремления, что свидетельствует о влиянии Интернета на это поколение.

Китайские подростки также демонстрируют явные гендерные различия в выборе профессии. Девочки в целом больше предпочитают традиционные профессии (учитель, врач), чем мальчики, а разница в доле мужчин и женщин, выбирающих профессию учителя в 2022 году, достигает 24,2 %. Мальчики в большей степени чем девочки, тяготеют к карьере в военной и инженерной областях и в науке. Выбор карьеры подростками в определенной степени отражает влияние представлений о гендерных ролях, а также влияние традиционной китайской культуры, общей социальной среды и медиасреды.

Самопрезентация и взаимодействие подростков в сети стали обычным делом благодаря быстрому развитию и широкому проникновению новых медиа, а операционные модели и функциональные настройки новых медиаплатформ создали рамки для самопрезентации. В QQ, WeChat, Weibo и других социальных сетях подростки самовыражаются, публикуя селфи, записи о своих интересах, сиюминутных чувствах, учебе, общаясь с друзьями, проявляя таким образом свои уникальные характеры; причем девочки охотнее, чем мальчики, занимаются самовыражением и делятся своими

чувствами о повседневной жизни в Интернете. В цифровой медиасреде способы самопрезентации, предложенные в драматургической теории И. Гофмана, становятся более разнообразными. В дополнение к взаимодействию лицом к лицу в повседневной жизни, социальные сети занимают важное место в самопрезентации личности. Подростки размещают информацию на социальных платформах, что является экстернализацией их самоо ожиданий и процессом самоконструирования, а цифровая социальная среда предоставляет пространство для данного процесса и формирования их ролевых представлений.

Когнитивное развитие:

подростки имеют четкое представление о влиянии новых медиа

Когнитивное развитие определяет то, как человек воспринимает вещи, как он думает и действует в проблемных ситуациях, адаптируясь к окружающей среде. В настоящее время подростки живут как в реальном мире, так и в пространстве медиатизации. Как же они воспринимают влияние новых медиа на них?

1. *Подростки более объективно и рационально воспринимают новые медиа и в основном осведомлены о безопасности в Интернете.* Результаты «Вопросника по использованию новых медиа среди подростков» (прил. 1) показывают, что подростки имеют очень четкие представления о положительных и отрицательных последствиях использования новых медиа, как показано в табл. 2.

Таблица 2

Отношение подростков к влиянию новых медиа

Влияние	Варианты	Доля, %
Позитивное	Получение большего объема информации	81,27
	Поддержание связи с одноклассниками, друзьями и семьей	80,08
	Доступ к дополнительным учебным ресурсам (онлайн-курсы и т. п.)	79,28
	Развлечение и отдых	62,55
	Расширение своих знаний	59,36

	Поделиться своим настроением и показать себя	40,64
	Найти друзей или группы по интересам на онлайн-платформах	33,07
	Другое	5,18
Негативное	Влияние на зрение	81,67
	Зависимость от смартфонов	66,93
	Рассеивание внимания	59,36
	Ненужные расходы, связанные с онлайн-потреблением	38,65
	Замкнутость, нежелание общаться лицом к лицу	20,72
	Другое	4,78

Составлено автором по результатам опроса респондентов

С одной стороны, подростки осознают положительное влияние новых медиа на себя в основном в двух аспектах: получение знаний и информации и содействие социальному взаимодействию. Получение информации, учебных ресурсов и расширение знаний – важные способы когнитивного развития подростков; поддержание связи с одноклассниками, друзьями и членами семьи, поиск друзей или групп единомышленников на онлайн-платформах – важные составляющие социальных связей подростков; обмен настроениями и самопрезентация показывают, что подростки саморазвиваются с помощью новых медиаплатформ; развлечения и отдых могут способствовать физическому и психическому здоровью. С другой стороны, что касается негативных эффектов, подростки чаще всего фиксируют интуитивные физические эффекты: значимую долю занимают влияние на зрение и отвлечение внимания; большинство подростков отмечают проблему зависимости от смартфона; имеют место ненужные расходы, связанные с онлайн-потреблением; нежелание общаться лицом к лицу постепенно становится тенденцией социального взаимодействия подростков.

Это указывает на то, что подростки склонны считать, что новые медиа положительно влияют на их возможность поддерживать социальные связи, заниматься саморазвитием, получать когнитивное развитие и отдыхать, одновременно отмечая демотивирующее воздействие на социальное

взаимодействие в офлайне, негативное влияние на физическое и психическое здоровье.

Согласно результатам вопросника (прил. 1), подростки тем не менее уверены, что положительное влияние новых медиа на них и их сверстников больше, чем отрицательное, что отражено в ответах на вопрос 26: «Что вы думаете о влиянии новых медиа на вас и ваших друзей? Оно положительное или отрицательное?»:

Я думаю, что мы должны научиться самостоятельно определять и сознательно противостоять плохой информации, чтобы новые медиа были для нас хорошим способом получения информации (номер вопросника 55, мальчик, 13–15 лет).

Мы можем узнать больше об общественном благосостоянии и положительной энергии из средств массовой информации, чтобы направлять свое поведение и корректировать свое мировоззрение, жизненные взгляды и ценности (номер вопросника 183, девочка, 15–17 лет).

Эпоха новых медиа – это эпоха, которая позволяет нам соединить людей со всего мира, чтобы иметь возможность общаться лучше и проще, что имеет множество положительных последствий (номер вопросника 241, девочка, 15–17 лет).

Подростки также имеют более четкое представление об онлайн-рисках, таких как нежелательная информация, мошенничество и насилие в сети. Все участвовавшие в опросе подростки сказали, что при использовании новых медиа они сталкивались с нежелательной информацией, включая ложные новости, насильственный и кровавый контент (картинки, тексты, видео), всплывающую рекламу, порнографический контент, мошенническую информацию и т. д.

Получали мошенническую информацию в Интернете 45,42 % подростков, и большинство из них предпочли поговорить с родителями (76,1 %) и одноклассниками и друзьями (40,24 %). Меньше подростков

подвергались оскорблениям, насилию или насмешкам в Интернете, никогда не подвергались насилию в Интернете – 62,15 %.

Наличие данных онлайн-рисков также отражено в вопроснике родителей и учителей, но они более склонны считать наибольшими рисками зависимость от игр (74,36 %) и от мобильных телефонов (72,82 %). Согласно результатам «Вопросника по влиянию новых медиа на социализацию подростков (версия родителей, учителей)» (прил. 2), родители и учителя считают, что новые медиа в основном положительно влияют на отношения детей с семьей, общение с одноклассниками, учителями и друзьями, память и формирование идеалов и отрицательно – на физическое и психическое здоровье (внимание, саморегуляция, зрение, деформация позвоночника, качество сна). Представления родителей и учителей о положительном и отрицательном влиянии новых медиа на подростков в основном совпадают с представлениями самих подростков, которые в целом являются положительными.

2. *Идолопоклонство и ценности подростков.* С помощью развитой индустрии и финансовых ресурсов так называемые идолы становятся все более секуляризированными и коммерциализированными. Цифровые СМИ предлагают платформы для производства большого количества идолопоклоннической информации, а развитие онлайн-сообществ позволяет фанатам собираться вместе. Деформация ценностей подростков из-за идолопоклонства в последние годы вызывает серьезную озабоченность в китайском обществе. Ввиду стадии психологического развития подростки более вовлечены в идолопоклонство, чем взрослые, и более склонны к радикальности и крайностям в своем поклонении. Психолог Э. Эриксон называет эту стадию подросткового возраста «вторичной привязанностью», когда подростки ищут фигуры, не связанные с их непосредственным окружением (семья, друзья, родители), в качестве идолов и ролевых моделей. Подростки нуждаются в подтверждении своей самооценки путем идентификации взрослых или кумиров, стремятся восхищаться и подражать

чужим ценностям, моделям поведения и внешнему виду в когнитивном, эмоциональном и личностном развитии. В процессе идолопоклонства подростки сталкиваются с областями и людьми, которые значительно отличаются от их повседневной жизни, и эти различия оказывают влияние на процесс обучения и интернализации межличностных взаимодействий, жизненных навыков, целостности личности и построения ценностей. Подростковый возраст является важным этапом в процессе социализации личности, и социализация на этом этапе будет влиять и даже определять будущее развитие индивида. Поэтому в «Вопросник по использованию новых медиа среди подростков» (прил. 1) был включен вопрос о подростковом поклонении идолам.

Результаты показывают, что большинство подростков выбирают в качестве кумиров политических, исторических, военных и культурных деятелей (53,39 %), звезд (36,65 %), ученых (29,08 %), родителей, учителей, родственников и друзей (27,09 %), предпринимателей (25,9 %), а некоторые подростки выбирают в качестве кумиров персонажей из игр или анимации, видеоблогеров, нетизенов¹²⁶ и спортсменов. Среди подростков, выбравших политических, исторических, военных и культурных деятелей, 51 % составили 13–15-летние, 52 % – 15–17-летние и 64 % – 17–19-летние, что показывает тенденцию, увеличивающуюся вместе с возрастом.

Из выбравших знаменитостей 41 % составили подростки 13–15 лет, 35 % – 15–17 лет и 30 % – 17–19 лет, что свидетельствует об уменьшении тенденции при увеличении возраста. Это может означать, что по мере развития когнитивных способностей подростков у них появляется более точное ощущение собственной значимости. Анализ данных показывает, что личные достижения и вклад, талант и коннотация, харизма исторических, военных и

¹²⁶ Неологизм «нетизен» (от netizen) обозначает человека, пользователя интернета, который активно ведёт себя в Сети, его действия направлены на улучшение веб-пространства. Слово было признано нормативным, его можно использовать не только в онлайн-общении, но и при написании статей, научных работ, в деловой переписке, при составлении договоров. URL: <https://proslang.ru/internet-slang/chto-znachit-netizen.html> (дата обращения: 22.10.2023).

культурных деятелей, звезд, ученых, родителей, учителей, родственников и друзей являются основными причинами поклонения подростков, а внешность – главным фактором поклонения звездам и интернет-знаменитостям.

Физическое и психическое здоровье: влияние в основном негативное

Негативное влияние новых медиа на подростков заключается в воздействии на физическое и психическое здоровье. Большинство подростков считают, что использование новых медиа приводит к ухудшению зрения и рассеянности (табл. 2). Результаты «Вопросника по влиянию новых медиа на социализацию подростков (версия родителей, учителей)» (прил. 2) приведены в табл. 3. Ухудшение зрения, деформация позвоночника, ухудшение качества сна – это серьезные негативные последствия, отмеченные учителями и родителями, вместе с определенной степенью негативного влияния на способность подростков к саморегуляции и внимание.

Таблица 3

Уровень влияния новых медиа на повседневную жизнь подростков

Область влияния	Результаты*
Отношения с семьей	0,69
Общение с одноклассниками, учителями, родственниками и друзьями	0,88
Внимание	-0,08
Память	0,06
Надежды на будущее	0,41
Самодисциплина	-0,12
Настроение	0
Зрение, деформация позвоночника	-0,63
Качество сна	-0,48
Итоги	0,08

Составлено автором по результатам опроса респондентов

Примечание: * Балл от положительного воздействия к отрицательному воздействию: 2, 1, 0, -1, -2.

По данным национального обследования близорукости среди детей и подростков, проведенного Национальной комиссией здравоохранения Китая

в 2018 году, установлено, что общий уровень близорукости среди детей и подростков в 2018 году составил 53,6 %, то есть более половины. Среди них 67 % школьников проводят на свежем воздухе менее 2 часов в день, 29 % – менее 1 часа, а 73 % не получают необходимого количества сна в день¹²⁷. Согласно данным опроса из «Синей книге молодежи», 43,7 % подростков считают, что они больше, чем раньше, сидят дома и меньше занимаются спортом. Подростки находятся на критическом этапе роста и развития, и длительное неправильное поведение и привычки, связанные с использованием Интернета, могут повлиять на их нормальное физическое развитие. Новые медиа нарушили социальную структуру и пространственные ограничения традиционного общества, породив новое пространство взаимодействия и информационное пространство, и подростки могут подвергаться воздействию различного информационного содержания, культуры и ценностей. Хотя большинство подростков способны распознать плохую информацию в киберпространстве, это не означает, что они не подвержены влиянию. В отличие от интуитивного физического воздействия (например, ухудшение зрения), влияние информации в киберпространстве на когнитивное мышление и духовную психологию подростков является тонким и длительным. Процесс социальных связей, исследование личности и когнитивное развитие подростков могут воздействовать на такие психологические состояния, как одиночество и тревога. Участвовавшие в опросе подростки ответили:

Новые средства массовой информации дали нам много знаний и привнесли в жизнь много удобства, но в то же время в них слишком много нездоровых вещей, соблазнительных вещей и жестоких игр, которые влияют на физическое и психическое здоровье и обучение (номер вопросника 54, мальчик, 13–15 лет).

¹²⁷ Стенограмма очередной пресс-конференции Национальной комиссии по здравоохранению 29 апреля 2019 года // Сайт правительства Китая. 2022. URL: <http://www.nhc.gov.cn/xcs/s7847/201904/e9117ea8b6b84f48962e84401d305292.shtml> (дата обращения: 08.08.2022). (国家卫生健康委员会 2019 年 4 月 29 日例行新闻发布会文字实录)

Мне 14 лет, это возраст, когда начинаешь понимать многие вещи, мои сверстники больше интересуются сексом, используя некоторые не очень хорошие каналы, чтобы понять, я думаю, немного.. (номер вопросника 48, девочка, 13–15 лет).

2.3. Трансформации китайского языка в текстах блогосферы

Цифровые медиа и цифровой образ жизни, который они приносят, могут проникнуть в повседневную жизнь молодых людей благодаря эффекту глубокой медиатизации. Для молодых людей новые медиа – это не просто платформа или инструмент, это важный компонент их повседневной жизни и виртуальная платформа для социальных контактов, участия в общественной жизни и самовыражения. Язык является важным инструментом для самовыражения, общественного участия и социального взаимодействия, а когда язык попадает в киберпространство, его форма и семантика начинают меняться, что приводит к появлению языка Интернета. Преимущества устной и письменной речи могут быть объединены благодаря удобству, скорости и мгновенной коммуникации в Интернете, а стиль общения «не лицом к лицу» открывает путь к появлению информации, не имеющей формы естественного языка. Вследствие этого интернет-язык «может относиться как к выражению, характерному для Интернета, так и к естественному языку, используемому в Интернете, и может включать все символы, употребляемые в Интернете»¹²⁸.

Согласно «Отчету об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами», в 2010 году 40 % подростков «никогда не подражали поведению и языку в Интернете», к 2021 году эта цифра снизилась до 22 %. В результате все большее число подростков используют интернет-язык в своей повседневной жизни. Интернет-язык проникает и подсознательно интегрируется во все виды взаимодействия, в которые вовлечены подростки,

¹²⁸Ди Цзыхуань, Лью Миньчжэнь. Исследование механизма распространения онлайн-языковой информации в контексте информационной экологии // Интеллектуальная наука. 2021. № 39 (01). С. 28–34. (邸子桓, 吕明臣: 信息生态视域下网络语言信息传播机制研究)

такие как социальные сети, игры, покупки, создание коротких видеороликов, влияя на их речь и мышление. Когда интернет-язык входит в систему языка подростков, его необходимо анализировать в контексте медиатизированной коммуникации. Что представляет собой производство и передача интернет-языка? В каких разговорных моделях и контекстах общения подростки используют интернет-язык? Какое влияние на них оказывает интернет-язык? Все эти вопросы нуждаются в изучении.

С этой целью, во-первых, собраны данные из ежегодных сводок интернет-языков, опубликованные на платформах социальных сетей и сайтах новостных СМИ с 2020 по 2022 год, затем рассмотрены конкретные случаи интернет-языка, отслежены их возникновение, распространение и трансформация. Во-вторых, используя метод наблюдения, на платформе Douyin изучены контекст, привычки и особенности использования языка в интернет-общении подростков. Наконец, с шестью подростками проведено интервью, чтобы лучше понять влияние интернет-языка на них. Профили интервьюируемых следующие (для защиты частной жизни имена заменены номерами): 1 – мальчик, 13 лет; 2 – девочка, 17 лет; 3 – девочка, 18 лет; 4 – мальчик, 16 лет; 5 девочка – 16 лет; 6 – девочка, 15 лет.

Анализ характеристик интернет-языковой коммуникации

Интернет-языки, широко используемые в киберпространстве, возникают из взаимодействия людей на платформах новых медиа, из видеороликов, комментариев зрителей и Danmaku¹²⁹ в Bilibili.com и т. д. Благодаря лаконичности, богатому подтексту, эмоциональному резонансу или развлекательному эффекту, интернет-язык широко используется во взаимодействии пользователей новых медиа.

¹²⁹Danmaku – это система наложенных комментариев, продвигающихся по экрану справа налево по мере воспроизведения видео. По сравнению с другими видеохостингами, поле комментариев, у которых расположено под видео, комментарии Danmaku отображаются одновременно с видеорядом.

1. *Формы интернет-языка упрощены, смешаны и неоднозначны.* Интернет-язык 爷青回 (сокращение от «молодость деда возвращается», где «дед» означает «я») впервые появился в комментариях прямых трансляций игры League of Legends Pro League, затем в комментариях видеороликов в Douyin и в комментариях Danmaku на Bilibili.com. Этот язык выражает сложные эмоции – сожаление о проходящем времени, ностальгию по юности и радость от воссоединения с детством или юностью после долгого времени, возникающие, когда пользователи видят, как сцены, персонажи и реплики из фильмов, аниме и игр, которые они смотрели в детстве или юности, появляются во вторично создаваемых видео. В 2020 году пользователи Bilibili.com отправили в общей сложности 2,2 миллиарда комментариев Danmaku, из которых 5,4 миллиона содержали 爷青回, что сделало это выражение самым популярным Danmaku на Bilibili.com¹³⁰. 拴 Q является комбинацией китайской и английской букв, происходит от видеоролика, выпущенного в мае 2021 года, который представлял ландшафт китайской местности на английском и китайском языках. В конце видеоролика автор сказал Thank you. Произношение слова thank похоже на китайское произношение слова 拴 (shuān), которое стало интернет-языком из смешного произношения и первоначально получило широкое распространение в развлекательных целях, после чего произошел семантический сдвиг. Значение 拴 Q теперь является полной противоположностью слова «спасибо» и используется как саркастическая реплика, в основном для выражения скуки и безмолвия по поводу чего-либо, причем степень эмоции варьируется в зависимости от речевого сценария.

Такой эмоциональный интернет-язык в определенной степени представляет собой сочетание физических жестов и тональных слов,

¹³⁰5420359 раз! Что делает «молодость деда возвращается» ежегодным комментарием Danmaku на Bilibili.com? // Bilibili.com. 2022, 1 декабря. URL: <https://www.bilibili.com/read/cv8618527/> (дата обращения: 22.12.2022) (5420359 次出现! “爷青回” 凭什么成为 B 站年度弹幕?)

используемых в межличностном общении. Джордж Мид в книге «Разум, я и общество» утверждает, что хотя на первый взгляд человеческое поструральное взаимодействие – это, когда ты двигаешься и я двигаюсь, однако на самом деле существует посредник – вопрос придания телесным позам значения и перевода их в символы в сознании¹³¹. Невербальная информация, такая как выражение лица, движения тела и даже интонация голоса, может эффективно уменьшить двусмысленность эмоциональных выражений и одновременно соответствующим образом усилить или смягчить их, в то время как сетевой язык в некоторой степени компенсирует отсутствие невербальной информации в сетевом общении.

2. *Интернет-язык появляется в результате взаимодействия медиасреды и социальной жизни.* Во-первых, открытость, интерактивность и виртуальный характер медиапространства способствуют распространению интернет-языка. Короткий, легкий в написании и богатый подтекстом интернет-язык легче воспринимается и используется, например: YYDS и emo. YYDS – это аббревиатура китайского выражения Yong Yuan De Shen, означающего «Вечный Бог» и указывающего на то, что кто-то или что-то настолько превосходно, что занимает высокое положение в сердце человека, как бог. Оно может использоваться для восхваления не только людей, но и стран, учреждений и организаций, в том числе распространяться на события, дела и вещи. Популярность сокращенных слов, таких как YYDS, отражает потребность в быстром написании в онлайн-общении. Emo используется для выражения более негативных эмоций, таких как несчастье и депрессия, а также имеет некоторый насмешливый подтекст.

Во-вторых, популярность сетевого языка является результатом социальной жизни, социальной психологии и социальной культуры, типичными примерами которых являются 凡尔赛(Версаль) и 躺平 (лежание на месте). 凡尔赛 первоначально относилось к Версальскому дворцу во

¹³¹Мид Дж. Разум, я и общество / пер. с англ. Чжао Юэсэ. Шанхай: Шанхайское издательство переводов, 2008. 456 с. (乔治·赫伯特·米德:心灵、自我与社会)

Франции и аристократическому образу жизни, но теперь оно используется в китайском интернет-контексте для троллинга и насмешек над теми, кто намеренно демонстрирует свою высококлассную и роскошную жизнь в простом и непритязательном тоне, выражая чувство превосходства.

Основатель Alibaba Group Джек Ма однажды сказал в интервью: «Я не прикасался к деньгам, на самом деле деньги меня не интересуют». Это вызвало широкое отвращение среди молодежи из-за замедления экономического развития Китая и культуры сверхурочной работы в Alibaba Group и других интернет-компаниях, что делает китайскую молодежь в целом бессильной в отношении настоящей и будущей жизни, в сочетании с увеличением разрыва между богатыми и бедными и прочим социальным неравенством. Поэтому Джек Ма стал одним из представителей 凡尔赛 (Версаль). Однако по мере использования 凡尔赛 (Версаль) в повседневной жизни насмешка и антагонизм данного выражения уменьшились.

躺平 (лежание на месте) означает активный уход от жесткой социальной конкуренции, прекращение борьбы и противостояния и позволение природе идти своим чередом. Это интернет-язык является продуктом психологии китайского общества, он противостоит чрезмерным сверхурочным нагрузкам и жестокой конкуренции в сегодняшней низкопробной, нетворческой среде, что приводит к непродуктивному внутреннему потреблению. То есть лежание на месте не связано с отсутствием усилий, работы или конкуренции; скорее, молодые люди понимают, что бесполезная и неэффективная конкуренция бессмысленна, и они больше не готовы обменивать значительные физические и умственные затраты на незначительные выгоды.

3. *Стремительное изменение интернет-языка.* Семантические потоки и изменения происходят в процессе создания и распространения сетевого языка, порождая новые выражения и значения, переходя от уничижительных к положительным значениям и развивая соответствующую новую лексику. 内卷 (бессмысленная конкуренция) был выбран в качестве одного из десяти

самых популярных слов китайском интернете в 2020 году, описывая нерациональную внутреннюю конкуренцию, внутреннее потребление и стагнацию, при которой происходят только количественные, но не качественные изменения, обратные значению 躺平 (лежание на месте). В 2021 году 卷 (конкуренция) превзошло по популярности 内卷 (бессмысленная конкуренция). По мере распространения форма была упрощена и превратилась в одно слово, сфера применения расширилась, а значение эволюционировало от чисто уничижительного до легкомысленного и остроумного флирта и даже позитивной похвалы.

В онлайн-контексте PUA (pick-up artist, пикапер) означает поведение одной стороны в межличностных отношениях, направленное на контроль эмоций и мыслей другой стороны посредством промывания мозгов и подавления, что может происходить при различных сценариях, например в любовных отношениях, на рабочем месте, в семье и университетском городке. В связи с изменениями в потоке коммуникации для обозначения PUA в некоторых онлайн-контекстах используются общепринятые сокращения, такие как CPU (central processing unit, центральное процессорное устройство), KTV (Karaoke TV, караоке), PPT (PowerPoint, презентация), ICU (intensive care unit, отделение реанимации/интенсивной терапии), что сокращает трудность использования PUA в приложении новых медиа.

刺客 (ассасин) в процессе использования в Интернете приобрело новое значение и употребление, перейдя от обозначения людей с определенными профессиональными характеристиками к другим вещам с аналогичными характеристиками. Например, на полке размещены дорогие товары вместе с дешевыми аналогами, но цена на дорогие товары не указана – это заставляет покупателей думать, что цена на них невысока. Однако при расчете обнаруживается, что цена на эти товары в несколько раз выше, чем на аналогичные – словно ассасин появился в темноте и нанес удар. Таким образом, объект ассасина изменился с физиологического на психологический,

что отражено в новом словоупотреблении, указывающем на дискомфорт, который приносят вещи.

Понятия 社恐 (социальная фобия) и 社牛(социальный бык – человек, который хорошо общается с другими) имеют противоположные значения. Примечательно, что выражение 社牛 (социальный бык), означающее харизматичного, коммуникабельного и активного человека, возникло после того, как выражение 社恐 (социальная фобия), используемое для характеристики боязни общества, социального тревожного расстройства, вошло в широкое употребление.

Последовательно проследив процесс распространения интернет-языка, можно обнаружить, что характеристики киберпространства усиливаются с развитием медиатехнологий. В то время как появляется новый интернет-язык, старый постепенно теряет свой контекст и забывается из-за быстрой циркуляции информации и изменения социальной среды.

Использование языка и коммуникативные стратегии подростков в онлайн-взаимодействии

1. *Использование подростками интернет-языка связано с постоянными контекстами взаимопонимания.* Коммуникационный контекст – это среда, создаваемая людьми, общающимися друг с другом, а также состояние общения, в котором пребывают люди, имея определенное стереотипное поведение в данном пространстве. Интернет-язык переопределяет контекст общения и открывает новую систему социальной коммуникации. Подростки естественно употребляют определенные слова, которые стали для них формой общения в онлайн-взаимодействии.

Интернет-язык более распространен в общении подростков в комментариях, такие слова, как YYDS, 爷青回(молодость деда возвращается), emo, 社牛(социальный бык), 刺客(ассасин), широко используются.

Но на словоупотребление подростков сильно влияет их возраст, особенно в случаях, связанных с обучением, школой, дружбой и развлечениями. К примеру, YYDS (вечный бог) применяется для описания какого-то предмета, учителя, школы или отношения к жизни (например, сделай себя сам – это YYDS); старшеклассники используют 爷青回 (молодость деда возвращается), чтобы оплакивать свои младшие школьные дни; 刺客 (ассасин) употребляется для описания канцелярских товаров по завышенным ценам. Слова, связанные с социальной жизнью и социальной психологией, такие как 内卷 (бессмысленная конкуренция) и 躺平 (лежание на месте), почти не встречаются в онлайн-взаимодействии подростков, поскольку не соответствуют контексту их повседневной жизни. Следовательно, среда, в которой они живут, оказывает большое влияние на использование онлайн-языка.

Подростки используют фиксированный интернет-язык для комментирования видеороликов, выпущенных их любимыми блогерами, чтобы выразить свою признательность. Например, 前排 (первый ряд; оригинальное значение – первое место в очереди или переднее место, в интернете – самый первый комментарий под постом), 第一 (первый), 沙发 (диван, в онлайн-контексте – место захвата первого комментария под коротким видео, что указывает на скорость и активность, 沙发 – китайский перевод словосочетания so fast). Данные слова отделяются от своего первоначального семантического значения в онлайн-взаимодействии и могут даже не иметь отношения к содержанию произведения, а применяться только в контексте онлайн-взаимодействия.

2. Игровой способ мышления и дискурсивная логика интернет-языка распространяются на наблюдение, запись и интерпретацию подростками повседневной жизни в офлайне. Взаимодействие подростков в Интернете часто носит эмоциональный характер, с юмором и насмешками, чтобы создать более расслабленную и приятную атмосферу общения в онлайн-

контексте, соответствующем взаимопониманию. Блогер-подросток 花花花菜 запечатлел момент, когда он был пойман школьной охраной и у него конфисковали еду на вынос, в видеоролике, документирующем повседневную жизнь в школе (по причине того, что многие китайские школы не разрешают ученикам заказывать еду на вынос). Видеоролик озаглавлен «Запись повседневной жизни – забрать еду на вынос и быть gank-охранниками». Gank – это игровой термин, обозначающий, что игровой персонаж крадет, окружает, осаждает или преднамеренно убивает противника с численным или скилловым преимуществом, чтобы сыграть подавляющую роль. Это был не очень приятный опыт, но поскольку gank происходил из игры, это рассеивает серьезность событий.

Игровое подшучивание подростков часто начинается с чувства беспомощности и бессилия, а поскольку они не в состоянии оказать значительное сопротивление, то инстинктивно упаковывают и деформируют эти чувства, чтобы сформировать сетевой язык с юмором и подшучиванием. В то же время длительное влияние интернет-культуры позволяет подросткам накапливать опыт юмора и остроумия в неформальном контексте, что дает им возможность острее воспринимать связанные с ним жизненные ситуации.

3. Подростки используют интернет-язык для сокращения дистанции в процессе онлайн-общения. Из особенностей онлайн-анонимности в комментариях между подростками на платформе Douyin преобладают отношения между незнакомцами, но между ними почти не ощущается дистанции во взаимодействии, напротив, часто используются выражения, характерные для общения со знакомыми или друзьями. Прежде всего, более интимные обращения, используемые между друзьями в реальной жизни, применяются в Интернете для обращения к автору видеороликов и выражения привязанности, например: 姐姐 (сестренка), 宝宝 (беби) и 哈密 (голубушка, китайский перевод Honey). Во-вторых, чаще используются слова с более высокой степенью эмоционального выражения,

такие как 泪崩 (текут слезы, сильная внутренняя защита рухнула, крайняя печаль), 救命 (спасите, в Интернете – крайнее выражение взволнованности), 恼了 (рассердиться). Но все эти слова в интернет-языке – просто преувеличенное выражение эмоций, не указывающее на то, что такие эмоции действительно имеют место.

С одной стороны, анонимность создает условия для диалога, основанного на знакомстве. В киберпространстве отсутствуют ограничения пола, возраста и социального этикета реального общества, и незнакомые люди оказывают меньшее влияние на реальную жизнь людей, они совершенно ничего не знают друг о друге, поэтому здесь подростки могут легко общаться, чувствуя себя более свободно, и их эмоции будут более реалистичными.

С другой стороны, при неличном способе общения фактическая дистанция между двумя взаимодействующими сторонами далека, и подростки используют некоторые выражения, которые указывают на близкие отношения, чтобы сократить социальную дистанцию между друг другом, а разговор в стиле знакомства представляется наилучшим для этого способом.

Дискурс Интернета как часть языковой культуры подростков

Как интернет-язык попадает в языковую среду подростков? Какое влияние он оказывает на их язык? Для ответа на эти вопросы было проведено интервью с подростками на тему использования ими интернет-языков. Анализ результатов позволил определить уровень влияния медиатизированной коммуникации на язык подростков и их отношение к интернет-языку.

1. *Использование подростками языка Интернета происходит в процессе преследования и забывания.* Во-первых, предпосылками для использования подростками онлайн- и офлайн-языков являются механизмы воздействия новых медиаплатформ, таких как Douyin, Sina Weibo и WeChat, широкое распространение интернет-языка, а также повышенная роль групп

сверстников в процессе социализации на подростковом этапе. Интернет-платформы и общение из уст в уста среди сверстников являются основными источниками проникновения интернет-языка в среду подростков. Подростки предпочитают простоту, комичность и кокетливость интернет-языка, а некоторые используют его по психологическим причинам.

Эти слова впервые увидели из приложений новых медиа несколько наших одноклассников и использовали, а затем постепенно мы стали использовать, как только узнали об этих словах (номер 1, мальчик, 13 лет).

Иногда я беспокоюсь, что если не буду использовать (интернет-язык), то не смогу вписаться в коллектив или что мои одноклассники будут считать меня странным, но обычно слова, которые постоянно на моих губах, – это те, которые я нахожу интригующими (интернет-языками) (номер 2, девочка, 17 лет).

Во-вторых, когда интернет и медиа стали онлайн (onlife), исчезла граница между онлайн и офлайн, и интернет-язык больше не ограничивается Сетью, он незаметно вошел во взаимодействие молодых людей и стал обычным повседневным языком.

Интернет-язык действительно довольно интересен и постепенно заменяет наш жизненный язык, и главное, что когда все говорят эти слова, то естественно и подсознательно принимают это выражение и постепенно привыкают к нему (номер 1, мальчик, 13 лет).

В-третьих, подростки привыкли к итеративному языку Интернета. Последние драмы, аниме, горячие события в обществе и поисковые запросы постоянно обновляют интернет-язык, и подростки постоянно следят и гоняются за новыми словами, в то время как старые слова либо привычно забываются, так как их заменяют новые, либо от них отказываются, потому что они появляются слишком часто и надоедают.

Некоторые интернет-слова, связанные с фильмами и телешоу, используются только тогда, когда они популярны, а потом их редко употребляют (номер 6, девочка, 15 лет).

Конечно, мы должны идти в ногу со временем, иначе мы всегда ограничены определенной точкой (интернет-словом) и всегда есть ощущение, что мы старомодны и архаичны (номер 4, мальчик, 16 лет).

Наконец, подростки оказались способны быстро переключаться между интернет-языком и обыденным языком в различных контекстах. Большинство из них используют интернет-слова только при общении со сверстниками.

Обычно мы используем интернет-язык с одноклассниками, с некоторыми более знакомыми учителями тоже, но с родителями не используем, потому что нам всегда кажется, что родители нас не понимают (номер 1, мальчик, 13 лет).

Если кто-то из молодых учителей знают эти интернет-слова, тогда и мы используем. Но я разговариваю со своими родителями посредством интернет-языка, и если мои родители не знают, что означают некоторые из этих интернет-слов, я объясняю им (номер 5, девочка, 16 лет).

2. Подростки не считают, что интернет-язык нарушает их языковую систему в целом. Нарушение языковой системы под воздействием интернет-языка вызывает озабоченность как общества в целом, так и экспертов и ученых. И хотя среди молодежных групп широко распространены случаи нарушения нормального языкового выражения из-за частого использования интернет-языка, подростки видят больше положительных эффектов от его употребления.

Я считаю, что использование этой интернет-сленга в повседневной речи делает язык более лаконичным, а общение более понятным (номер 4, мальчик, 16 лет).

Использование интернет-сленга оживит атмосферу (номер 2, девочка, 17 лет).

Некоторые подростки заявили, что, хотя их сверстники используют интернет-язык в повседневном общении, им самим он не нравится, поэтому это не окажет заметного влияния на их устное общение и письменную речь.

Нет очевидного воздействия на языковую систему, влияющего на письменную речь и нормы китайского языка, что характерно для китайского общества и является заслугой отчасти учителей, а отчасти следствием самосознания молодых людей.

В основном мы говорим в частной жизни и никогда не пишем, но, когда это используется в письменном виде или в более формальной ситуации, первое, что приходит на ум, – это официальные слова. Основная причина в том, что мы опасаемся, что учителя не признают эти интернет-слова (номер 1, мальчик, 13 лет).

Некоторые учителя, читая его, несомненно, будут ругать, не позволяя нам писать такое, говоря, что мы смотрим на короткие видео слишком много, голова пустая, я могу представить себе, как наш учитель языка и литературы хлопнул по столу, образно говоря (номер 3, девочка, 18 лет).

Особенности социализация китайских подростков проявляется наиболее очевидно через язык и стиль контента интернет-субкультур. «Молодежная субкультура, как и любой неотъемлемый компонент общества, подвергается изменениям ввиду расширяющегося информационного пространства»¹³², с обновлением интеллектуальных медиатехнологий молодежные киберсубкультуры обретают новые формы самовыражения. Поколение цифровых аборигенов, развивается вместе с Интернетом и мобильными устройствами и обладает уникальным стремлением к мультикультурализму и гуманистической свободе, многие его представители непосредственно участвуют в создании и продвижении контента. По имеющимся данным более 70% пользователей Bilibili.com в Китае являются представителями цифрового поколения, общая доля которых в числе интернет-пользователей составляет около 40%. Bilibili.com представлен китайскими видеоплатформами Danmaku. Они похожи на YouTube и другие видеохостинги тем, что пользователи могут оставлять комментарии к

¹³² Глебова Е.А. Влияние компьютерных технологий на развитие молодежной субкультуры // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 3. С. 137.

видеоролику. Но в отличие от других популярных видеохостингов, Danmaku – это система наложенных комментариев, продвигающихся по экрану справа налево по мере воспроизведения видео. Комментарии Danmaku полностью анонимны.

Изучение Danmaku в качестве *поликодового коммуникационного феномена*, распространенного в восточноазиатской культурной среде (Китае, Японии и Корее) впервые сделано на русском языке автором диссертации¹³³. В центре внимания – механизм структурирования комментариев Danmaku, языковой стиль, психология пользователей в контексте особой субкультуры. В киберпространстве пользователи Danmaku играют социальные роли создателей и передатчиков контента: медиация плюс медиатизация. Важнейший вопрос в рамках нашего исследования: подразумевает ли Danmaku-культура полную самоидентификацию или отрицание доминирующей культуры?

По сравнению с другими видеохостингами, поле комментариев у которых расположено под видео, комментарии Danmaku отображаются одновременно с видеорядом, повышая степень взаимодействия между зрителем и видеоконтентом, зрителем и автором. Объединяя временные и пространственные сценарии, например, такие как театр, гостиная и одиночный просмотр, Danmaku дают зрителю ощущение присутствия большого количества людей, позволяя общаться с ними во время просмотра, создавая *виртуальную сцену совместного времяпрепровождения*. Таким образом, видеоплатформы Danmaku создают для молодых людей социальную коммуникативную площадку вне реального мира.

Понятие «субкультура» означает часть какой-либо культуры и ее носителей, отличающаяся от подавляющего большинства, а также бросающая вызов доминирующей культуре через стилизованные и альтернативные символы в целях самоидентификации. Сопротивление

¹³³ Цзинь Хань. Китайские видеоплатформы Danmaku и становление сетевой субкультуры поколения Z на примере Bilibili.com // Медиаскоп. 2021. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2725>

доминирующей культуре в разные времена (в том числе в период *медиации*) было отличительной чертой молодежной субкультуры: молодое поколение выражает восприятие общественных ценностей и убеждений по-своему, это так называемая *вторичная социализация*. Но в условиях *глубокой медиатизации* цифровые аборигены проходят испытание субкультурами в качестве *первичной социализации*. Стремясь к сопротивлению, молодые люди используют индивидуальные стили и образы, но в результате субкультура подвергается инкорпорации со стороны доминирующей культуры, СМИ и коммерции и теряет исходный смысл.

Медийная сетевая субкультура основана на идентичности развлечений и, поскольку культурное развитие в киберпространстве эволюционирует очень быстро, развлечение всегда находится в движении, претерпевает изменения, новые виды развлечений непрерывно создаются, а старые уходят в прошлое. Молодые люди постепенно строят на базе развлечения свои собственные микрокультурные модели социума.

Рассмотрим видеоролики и комментарии Danmaku с точки зрения социализации методом кейс-стади, текстового анализа и контент-анализа. Выборка –200 видеороликов, опубликованных на Bilibili.com за период с сентября по декабрь 2020 года. Из 200 видеороликов отобраны 18 самых популярных. Далее с помощью Python методом случайной выборки было отобрано по 100 комментариев к каждому видеоролику¹³⁴, текст каждого комментария закодирован как единица анализа. Таким образом, для исследования использовалось 1800 единиц анализа. Для обеспечения объективности и достоверности результатов для кодировки использовались два отдельных кодировщика.

Видеохостинг Bilibili.com изначально являлся аниме-сообществом, состоящим из фанатов аниме. В настоящее время это сообщество

¹³⁴ Каждое видео на Bilibili.com имеет уникальный Cid номер, который можно получить посредством вставки кода. Cid номер – это метаданный номер видео на сайте, а видео-Danmaku хранится на xml странице с пометкой Cid номер-http://comment.bilibili.com/<cid>. xml.

превращается в панразвлекательное, но атрибуты аниме до сих пор присутствуют. Bilibili.com установил процедуру доступа к членству в сообществе. Чтобы стать действующим членом сообщества, необходимо в течение часа ответить на 100 вопросов по этикету комментариев Danmaku, а также пройти индивидуальные викторины, в которых пользователи могут выбрать от 3 до 10 тем в зависимости от своих интересов. При тестировании автором диссертации были выбраны темы «кино и телесериалы», «документальные фильмы» и «игры».

Таблица 4

Примерные вопросы тестирования

Вопрос	Варианты ответа
Что мечтали продавать Макс и Кэрролайн в сериале «2 Broke Girls» («Две девицы на мели»)?	а. Макароны; б. Кексы; в. Пирожные-перевертыши; г. Пончики.
Что из нижеперечисленного не входит в понятие «мировое игровое тело мысли», предложенное Хайдеггером?	а. Поэзия; б. Земля; в. Небесный свод; г. Человек, который в конце концов умрет.

Составлено автором

Обнаружено, что Bilibili.com стремится объединить людей, которые являются приверженцами культуры определенного круга и согласны с правилами своего сообщества.

Как следствие, пользователи Bilibili.com имеют очень высокий уровень заинтересованности в членстве, по истечении года показатель коэффициента удержания действующего членства составляет более 80%¹³⁵.

Сообщество удовлетворяет *коммуникационные потребности* цифрового поколения, представители которого предпочитают взаимодействовать с людьми со схожими интересами. Кроме того, Bilibili.com формирует *экосистему видеоконтента*, ориентированную на связь «автор – контент – зритель», где зрители могут самостоятельно

¹³⁵ Dream land of Generation Z. Available at: <https://www.bilibili.com/blackboard/aboutUs.html>. (accessed: 11.01.2021).

выбирать интересующий их контент и становиться авторами, а взаимодействие между авторами и зрителями порождает новые идеи для производства контента, увеличивая его разнообразие.

Текстовый анализ выборки из 200 видеороликов показал, что по технике создания их можно классифицировать следующим образом:

1) Нарезка и монтаж уже существующих видеоматериалов, таких как фильмы, телепередачи, реклама, новости, анимация и видеоигры для придания нового смысла.

2) Добавление в видео мемов.

3) Иллюстрация или комментирование события или объекта в кокетливом, дразнящем или насмешливом тоне.

4) Призыв автора видеоролика к зрителям отреагировать на видеоролик, отправив комментарий. Например: «Если вы считаете, что А лучше, пожалуйста, отправьте 1, а если вы считаете, что В лучше, пожалуйста, отправьте 2».

5) Видеосъемка от первого лица, с акцентом на контекстный опыт.

6) Ненавязчивая реклама.

7) Использование японских песен и японских элементов аниме в видеороликах.

Коллаж и присвоение являются основными способами производства роликов. Наиболее ярким примером видео вторичного производства Vilibili.com является тематический контент с автонастройкой и ремиксом, который проигрывается с комбинацией повторяющихся изображений или звуков с очень высокой частотой, имеет эффект «промывки мозгов» или комедийный эффект. Героями такого тематического контента по большей части становятся кинозвезды, интернет-знаменитости, а молодые люди демонстрируют свое сопротивление авторитету и серьезной культуре.

Цифровое поколение предпочитает создавать свой собственный стиль и культурные символы для поиска мягкого сопротивления в виртуальном мире, используя *живые языковые стили*. С помощью смайликов, интернет-сленга и

некоторых элементов японского аниме авторы видеоконтента стремятся соответствовать ценностям, эмоциональному состоянию и мироощущению зрителей, основываясь на оригинальности, идейности и вымысле. Интерактивное видео и шуточный, остроумный, непринужденный языковой стиль позволяют молодым людям показать свою «субкультурную» идентичность и принадлежность к одной социально-культурной группе. В эпоху Интернета взгляд на всё с точки зрения развлечений характеризует *ритуальное сопротивление подростков реальному миру*.

Среди прочего контента часто встречаются коммерческие видеоролики, что перекликается со словами Стюарта Холла: «Подростковая культура – это противоречивая смесь подлинного и произведенного, это область самовыражения для молодых и пышные пастбища для коммерции»¹³⁶. Молодое поколение обладает высоким потребительским потенциалом, коммерческие фирмы сотрудничают с авторами контента для производства субкультурных товаров, которые, в свою очередь, потребляются молодыми людьми.

Отобранные 1800 комментариев Danmaku были закодированы и разделены на 8 типов. Как показано в таблице, коэффициент Cohen's Kappa по результатам кодирования выше 0,75, что свидетельствует о высокой надежности результатов кодирования.

Таблица 5

Результаты контент-анализа (количество единиц=1800)

Типы комментариев Danmaku	Количество	Доля (%)	Коэффициент Карра
комментарии и шутки	786	43.67	0.86
общение с другими пользователями	194	10.78	
указания по содержанию	18	1.00	
выражение эмоций	249	13.84	
выражения – «лайки»	21	1.16	
построение и использование интернет-	237	13.16	

¹³⁶ Hall, S., Whannel, P. (2018). *The popular arts*. Duke University Press. P. 276.

сленга			
данмаку-карнавал	278	15.44	
дополнительные субтитры	17	0.94	

Составлено автором

В отличие от предыдущих субкультурных групп, таких как скинхеды или панки, формировавших своеобразные стили с помощью причесок, одежды и символов в реальном мире, группа сетевой субкультуры цифрового поколения *создаёт свои уникальные лингвистические тексты и ритуалы под воздействием коммуникационного пространства*. Используется особая словарная система, в ней представлен особый стиль дискурса посредством коллажа и новых комбинаций цифр и слов.

Символические коды, такие как буквы "hhhhh" (обозначение радости, h – начальная буква китайского слова для обозначения веселья – "哈(ha)"), цифры «666» (выражение чувства убежденности и поклонения) и «23333» (обозначение громкого хохота), широко распространены в языке Danmaqu. Эти символы были случайно выбраны, перекомбинированы и используются в комментариях Danmaqu в новом значении, признанном в сообществе.

Молодые люди не только используют интернет-сленг в комментариях Danmaqu, но и активно создают *новые сетевые жаргонизмы*, некоторые из них имеют значение только в контексте Bilibili.com, например, «у тебя есть монеты» – на сайте Bilibili.com под видео расположен значок монеты, на который пользователи могут нажать, чтобы поставить своеобразный «лайк».

Интересно явление так называемого визуального Danmaqu-карнавала, когда пользователи по негласной договоренности отправляют одинаковые или очень близкие по смыслу комментарии в ответ на видеоролик, вызывающий у людей схожие эмоции, эмоциональный резонанс. Например, если в ролике появляется всем известный классический саундтрек из старого фильма, сериала или аниме, то весь экран пестрит комментариями «Моя

молодость вернулась!». Этот феномен признан группой Danmaku-культуры как проявление ритуала, демонстрирующего развлекательные и игровые черты молодежной интернет-субкультуры.

Под влиянием медиатехнологий традиционное межличностное взаимодействие постепенно трансформируется в виртуальное. Пользователи Bilibili.com через комментарии Danmaku общаются, создавая единое эмоциональное поле, атмосферу сообщества, что компенсирует одиночество представителей молодого поколения в реальном мире.

Наиболее частой формой комментариев Danmaku являются шуточные комментарии. Зрители комментируют сюжет, язык или поведение персонажей при просмотре видео в юмористическом тоне. Анонимность комментариев Danmaku позволяет выражать истинные мысли, эмоции и чувства, не задумываясь о реакциях, а вежливые слова здесь отбрасываются. Подростки-цифровые аборигены создали новую систему выражения, систему ценностей и форму взаимодействия в виртуальном пространстве, чтобы противостоять доминирующей культуре, общепринятым социальным принципам взаимодействия и лингвистическим нормам, но это сопротивление не экстремальное, а мягкое и дипломатичное, отражающее метафору изменения социума.

Выводы по главе 2

Во второй главе рассмотрены три вопроса: 1) сетевая экология китайских подростков; 2) влияние новых медиа на познание и поведение подростков; 3) влияние медиатизированной коммуникации на язык подростков.

Подростки в Китае уже живут в медиаэкологии, которая объединяет коммуникационные сети, сети социальных отношений и сети услуг, и подростки играют важную роль в качестве узлов в медиaprостранстве.

Смартфоны являются основными цифровыми устройствами, которые связывают подростков с онлайн-миром. И хотя родители и школы ограничивают время, проводимое подростками с цифровыми устройствами, такие ограничения неэффективны. Основными потребностями молодых людей, использующих новые медиа, являются контент, отношения и услуги, при этом основными целями выступают обучение и развлечение, межличностное общение и покупки.

Как выяснилось, взаимодействие современных китайских подростков в онлайн-среде основано на межличностных отношениях в реальном мире, а новая медиасреда играет важную роль в выборе подростками карьеры, самоконструировании и оказывает определенное влияние на восприятие подростками ценностей. Что касается физического и психического здоровья, то негативное влияние проявляется в основном в деформации позвоночника, ухудшении зрения и качества сна, снижении саморегуляции и внимания, а также в возможном преждевременном воздействии сексуального контента. Тем не менее, подростки объективно и рационально воспринимают воздействие (как положительное, так и отрицательное) новых медиа.

Интернет-язык как форма языка быстро распространяется в сжатой форме и смешанной семантически опосредованной среде общения. Интернет-язык является результатом адаптации к онлайн-коммуникации, а также совместного действия социальной психологии, социальной культуры и социальной жизни, поэтому быстро итерировается по мере социального развития. Использование подростками интернет-языка в онлайн-взаимодействии происходит в контексте непротиворечивого согласия, а юмористические и кокетливые выражения используются для смягчения чувства социальной отчужденности, вызванного анонимностью в Сети. С размыванием границ между виртуальным и реальным пространством онлайн-язык вошел в повседневный дискурс подростков, обновляемый и забываемый, но не влияющий в значительной мере на письменную языковую систему.

ГЛАВА 3

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПОДРОСТКОВ В МЕДИАСФЕРЕ КИТАЯ И СПОСОБЫ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

Популярность мобильных цифровых устройств, таких как, к примеру, планшет, смартфон и смарт-часы, а также общая медиатизация социальной среды привели к тому, что новые медиа проникли во все аспекты жизни подростков, оказывая влияние как на основные организации их социализации, так и на каждого подростка в отдельности. Являясь важнейшим узлом в сети опосредованной коммуникации, социализация подростков цифровой эпохи неразрывно сопряжена с новыми медиа, которые обладая одновременно положительной и отрицательной сторонами, приносят в данный процесс как новые возможности, так и трудности.

Подростки уязвимы, подвержены влиянию окружения, поскольку находятся в процессе формирования ценностей и поведенческих установок. Подростковой социализации напрямую угрожает негативный контент (слова, картинки и видео, содержащие порнографию, насилие, сцены употребления алкоголя и наркотических средств, курения), кибернасилие, онлайн-мошенничество и различные формы сексуальных домогательств в сети. Когда общество находится в процессе глубокой медиатизации, справиться с растущими вызовами с помощью односторонних регулятивных мер становится сложно. Следовательно, чтобы способствовать социализации подростков в условиях медиатизированной коммуникации, необходимо искать комплексные решения, с учётом сложностей подросткового возраста.

3.1. Сложности социализации и способы их урегулирования

Наше общество находится в цифровой эре, когда информация, цифровые устройства и цифровые услуги стали неотъемлемой частью жизни современной молодежи. С одной стороны, новые медиаплатформы играют важную роль в приобретении и обновлении знаний, расширении кругозора,

развитии интересов и повышении квалификации молодежи; с другой стороны, характеристики самих новых медиаплатформ, а также современное состояние медиаэкологии подвергают молодежь беспрецедентной сложности социализации.

Сложности социализации подростков в цифровой медиасреде

Риск медиаконтента. В век цифровых медиа молодые люди могут получить доступ к текстам, изображениям, аудио и видео, касающимся различных областей и тем, через многочисленные цифровые устройства в любое время и в любом месте. Подобное разнообразие неизбежно включает в себя нежелательную информацию, такую как насилие, порнография и шокирующий контент. Результаты «Вопросника по использованию новых медиа среди подростков» (прил. 1) показывают, что подростки сталкивались с негативным медиаконтентом: фальшивые новости – 72,9 %; реклама порнографии и игр во всплывающих окнах – 72 %; фотографии или видео со сценами насилия и жестокости – 39,8 %; порнографическая информация – 40,6 %; мошенническая информация – 60,5 %. Развитие новых средств массовой информации увеличило воздействие нежелательного контента на современную аудиторию. Онлайн-контент доступен и интерактивен в любое время в любом месте, что дает подросткам больше доступа и увеличивает время воздействия на них.

Огромное количество и богатое разнообразие контента усложняют для подростков задачу различения подлинности и ценности информации, а социальные сети все чаще становятся первостепенным источником фальшивых новостей. Среди участвовавших в опросе подростков 84,06 % узнавали о новостях и актуальных событиях из онлайн-каналов, но только 34,26 % сказали, что доверяют информации, полученной от новых медиаплатформ, таких как Sina Weibo, WeChat, и новостных онлайн-СМИ (прил. 1). Противоречия и разногласия также часто встречаются в медиаконтенте, существуют конфликты точек зрения между СМИ, что может

легко запутать молодых людей, влияя на их ценности и способность к суждению. Более того, алгоритмы рекомендации контента в социальных сетях усовершенствовались, сделав его производство и распространение более персонализированным, позволяя СМИ подстраивать контент под интересы и потребности пользователей и одновременно повышая вероятность манипулирования подростками.

Контент сексуального характера более распространен на новых медиаплатформах, подростки могут легко присоединиться к чатам или группам, которые его распространяют. Комментарии на платформах социальных медиа, таких как Sina Weibo, RED и Douyin, содержат сообщения, побуждающие к сексуальным сделкам или ведущие на порнографические сайты. Некоторые новые медиатехнологии используются для распространения порнографической информации, например технология «флеш-фото», поддерживающая моментальную отправку сделанных снимков, которые можно просматривать только в течение заранее заданного пользователем времени, по истечении которого фотография становится недоступной, в QQ, стала инструментом для распространения порнографической информации¹³⁷. Подростки в своем физиологическом развитии испытывают сильный интерес к сексу, и интернет-порнография может привести к нездоровой сексуальной стимуляции подростков. Порнографический контент влияет на сексуальные установки, намерения и сексуальную активность подростков и может привести к нереалистичным представлениям о сексе и рискованному сексуальному поведению, включая раннее начало половой жизни¹³⁸.

Богатство медиаконтента и медиаплатформ в дополнение к неблагоприятному контенту вызывают фрагментацию контента.

¹³⁷Если эти «желтые яды» не будут разрушены, дети будут уничтожены // Китайская молодежная газета. 2021, 14 апреля. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1696914329081649894&wfr=spider&for=pc>(дата обращения: 08.02.2023). (这些“黄毒”刹不住，毁的是孩子)

¹³⁸Strasburger, V. C., Hogan, M. J., Mulligan, D. A., Ameenuddin, N., Christakis, D. A., Cross, C., & McCarthy, C. (2013). Children, adolescents, and the media. *Pediatrics*, 132(5), 958–961.

Фрагментация контента имеет два последствия: нехватка внимания и информационная перегрузка. Исследование, проведенное в 2015 году компанией Microsoft, показало, что концентрация внимания человека составляла 12 секунд в 2000 году, сегодня она сократилась до 8 секунд, и основной причиной этого считается цифровая жизнь человека.

В современной медиасреде люди ежедневно получают уведомления и огромное количество информации с новостных сайтов, из социальных сетей и приложений для мобильных телефонов, но человеческая память и возможности обработки информации очень ограничены, людям не хватает способности быстро сравнивать и оценивать информацию. Такая информационная перегрузка способна вызвать стресс, тревогу, чувство беспомощности и умственную усталость¹³⁹, что может привести к постоянному состоянию расфокусированного внимания, а следовательно, к отвлечению внимания¹⁴⁰, что в долгосрочной перспективе негативно скажется на учебе подростков и на их социальном, физическом и психическом здоровье.

Сложность сферы кибербезопасности. С быстрым развитием общества, основанного на медиации, кибербезопасность стала глобальной проблемой, затрагивающей все сферы и возрасты. У подростков относительно простая жизненная среда, их осведомленность и понимание рисков кибербезопасности не являются достаточно полными и глубокими. Интернет-мошенничество, утечка информации и кибернасилие создают значительные проблемы и угрозы для безопасности подростков.

Результаты «Вопросника по использованию новых медиа среди подростков» (прил. 1) показывают, что 45,42 % подростков, получали мошеннические сообщения в Интернете, а в группе 17–19 лет – 67 %, что может объясняться большей свободой использования мобильных телефонов

¹³⁹Alheneidi, H. (2019). *The influence of information overload and problematic internet use on adults wellbeing*. [Doctoral dissertation, Cardiff University].

¹⁴⁰Cao, X., & Sun, J. (2018). Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: An S-O-R perspective. *Computers in Human Behavior*, 81, 10–18.

в этом возрасте. Например, мошенники могут присоединиться к группе поклонников звезд в QQ и в качестве приманки пообещать подарки или автографы знаменитостей после выполнения задания, таким образом побуждая несовершеннолетних перевести деньги; другие утверждают, что предоставляют бесплатное игровое оборудование, а затем обманывают несовершеннолетних на деньги через плату за активацию, аутентификацию, проверку игрового аккаунта. Только с января по август 2022 года органы общественной безопасности Китая разобрали более 12 000 случаев мошенничества в телекоммуникационных сетях с участием несовершеннолетних¹⁴¹.

В эпоху мобильного интернета личная информация регулярно, скрытно и недорого собирается и отправляется с помощью повсеместно распространенных цифровых устройств и приложений, и те же цифровые технологии, которые делают жизнь людей более удобной, подвергают их опасности, связанной с неприкосновенностью частной жизни. Подростки осознают важность защиты личной информации при использовании новых медиа, но существуют способы, которыми она может быть скомпрометирована. Например, контакты электронной почты, журналы вызовов, фотогалерея и данные о местоположении попадают в информационное пространство при загрузке приложений, создании аккаунтов и прохождении онлайн-опросов и могут быть переданы третьим лицам. Посты подростков в социальных сетях могут стать предметом злоупотребления, включая изображения, видео и данные о местоположении. Даже история веб-браузера, записи о покупках, поездках в такси, данные фитнес-трекеров представляют собой цифровые следы в цифровом пространстве. В век данных подросткам трудно уследить за всей частной

¹⁴¹Администрация киберпространства Китая выявила ряд распространенных случаев детского мошенничества в телекоммуникационных сетях // Китайский информационный интернет-центр. 2022, 8 августа. URL: http://www.cac.gov.cn/2022-08/08/c_1661598811963807.htm (дата обращения: 08.02.2023). (国家网信办曝光一批涉未成年人电信网络诈骗典型案例)

информацией, поэтому медиаплатформам и регуляторам необходимо контролировать вопросы безопасности и шифрования при передаче данных.

Кибернасилие также является одной из широко распространенных проблем. Оно относится к злонамеренному поведению, такому как угрозы, преследования и словесные оскорбления в отношении отдельных лиц или групп в киберпространстве. По данным проведенного нами опроса (прил. 1), 37 % подростков сталкивались с кибернасилием. Физическое и психическое здоровье подростков, их нормальное развитие могут быть атакованы онлайн-агрессией, способной вызвать проблемы с психическим здоровьем, низкую самооценку и социальную неполноценность.

В последние годы в Китае наблюдаются случаи подростковой меланхолии и самоубийств, вызванных кибернасилием¹⁴². Из-за скрытого и широко распространенного характера насилия в Интернете, а также из-за сложности установления ответственности, виновниками такого насилия часто становятся подростки. Этот феномен, как считают, связан с эффектом растормаживания в Интернете¹⁴³, когда люди меньше контролируют то, что говорят и делают в Сети, чем в офлайне. Поскольку в процессе социализации люди постепенно учатся сдерживать определенные формы поведения, неуместные для той или иной ситуации, например, скрывают эмоции, не показывают свою уязвимость, не проявляют агрессию, то *фактически они находятся в состоянии «торможения» в своей повседневной жизни вне Сети*. Однако в Интернете это торможение ослабевает.

¹⁴²Когда прекратится отвратительное кибернасилие?! // The Paper. 2023, 24 февраля. URL: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_22060141 (дата обращения: 10.02.2023). (令人深恶痛绝的网络暴力何时休)

¹⁴³Cheung, C., Wong, R. Y. M., & Chan, T. K. H. (2016). Online disinhibition: Conceptualization, measurement, and relation to aggressive behaviors. *Proceedings of the 37th International Conference on Information Systems (ICIS)*. Dublin. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0509>

По данным опроса, проведенного среди 2407 китайских подростков, кибербуллинг чаще занимаются те, кто имеют пониженный уровень эмпатии и испытывают негативное давление со стороны сверстников¹⁴⁴.

Эти вопросы, безусловно, усложняют контроль сферы кибербезопасности подростков.

Сложность цифровых технологий. Развитие цифровых технологий привело к появлению медиа, которые разнообразят чувства людей и соответствуют их привычкам, а простота использования, интерактивность и ощущение присутствия увеличились, предоставляя людям более богатый медийный опыт. Одновременно постоянное обновление и применение цифровых медиатехнологий привело к возникновению таких проблем, как медиазависимость и цифровая фрагментация.

Одним из негативных последствий новых медиа, которое признают молодые люди и их родители, является цифровая медиазависимость. С развитием цифровых технологий функциональная и духовная зависимость людей от медиа становится все более заметной. Люди полагаются на цифровые медиа для получения информации, общения с друзьями через социальные сети, покупок товаров через онлайн-магазины и т. д. Они все больше рассчитывают на цифровые медиа для удовлетворения своих развлекательных, эмоциональных и когнитивных потребностей. Однако персонализированные рекомендации и иммерсивная подача информационного потока могут привести к отчуждению людей, которые становятся все более зависимыми от медиа в получении информации и решении проблем, вместо того чтобы приобретать знания и опыт путем собственного мышления и наблюдения. Как пользователи цифровых медиа подростки также подвержены влиянию этой тенденции.

¹⁴⁴Yang, J., Wang, N., Gao, L., & Wang, X. (2021). Deviant peer affiliation and adolescents' cyberbullying perpetration: Online disinhibition and perceived social support as moderators. *Children and Youth Services Review, 127*, 106066. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2021.106066>

Сложность процессов социализации молодых людей возрастает в результате постоянного развития более сложных цифровых технологий, включая искусственный интеллект, виртуальную реальность и блокчейн. С одной стороны, развитие цифровых технологий способствует расширению цифровой дифференциации и цифрового неравенства, которые существуют не только между поколениями, но и в социальной сфере. Неравное владение молодым поколением цифровыми технологиями чаще всего обусловлено социальными различиями, такими как семейное образование, семейный доход, географическое положение, что приводит к неравномерному доступу к материальным благам, цифровым технологиям знаниям и, в свою очередь, влияет на доступ к социальным возможностям социальным ресурсам, углубляя социальное неравенство между молодыми поколениями.

С другой стороны, рекомендательные алгоритмы и самообучающиеся компьютерные нейронные сети, эффективно обеспечивающие персонализированные услуги для подростков, поднимают вопрос о формировании информационного кокона и негативного влияния на восприятие информации подростками. Алгоритмы рекомендаций используют большие данные для анализа поведения и взаимоотношений пользователей, изучают их предпочтения и потенциальные потребности в контенте и автоматически выдают рекомендации, отвечающие запросам пользователей, в форме агрегации информации. Этот тип алгоритмического распределения постепенно становится все более распространенным в повседневной жизни каждого человека. Информация, отфильтрованная алгоритмической технологией, приводит к информационному кокону, узкому видению и застывшему восприятию действительности, что создает трудности для подростков, находящихся на критическом этапе когнитивного и социального развития.

Еще одной неизбежной тенденцией является информатизация людей, их тел и образа жизни. Молодые люди подвергаются повышенной информационной перегрузке и риску утечки данных, поскольку личную

информацию, сведения о здоровье, потребительском поведении и т. п. некоторые интернет-компании также записывают, анализируют и используют для персонализированных рекомендаций и рекламы.

Меры по разрешению сложностей цифровой медиасреды

Сложность социализации подростков возрастает по мере того, как цифровые медиа становятся все более интегрированными в социальные структуры и среду, усугубляя уже имеющиеся проблемы, касающиеся медиатехнологий, кибербезопасности и медиаконтента. Для решения возникающих трудностей требуются *совместные действия* интернет-платформ, сетевых операторов, общественных организаций и правительств.

Для устранения рисков, связанных с цифровыми СМИ, разработаны три модели: 1) вовлечения государственных учреждений; 2) государственного регулирования; 3) саморегулирования интернет-индустрии. В США Комитет по оценке программного обеспечения для развлечений (ESRB ¹⁴⁵) как независимая некоммерческая организация предоставляет информацию о том, что содержится в игре или приложении, чтобы родители и потребители могли сделать осознанный выбор в отношении того, какие игры подходят их семье. Рейтинги состоят из трех частей: категории, дескрипторы контента и интерактивные элементы. Неправительственные отраслевые организации и академические учреждения в США также разработали ряд положений о самодисциплине, чтобы прояснить обязанности, которые должны нести все слои общества. Например, Институт семейной безопасности в Интернете (Family Online Safety Institute, FOSI ¹⁴⁶), созданный в 2007 году, является некоммерческой благотворительной организацией, которая стремится продвигать практический опыт, инструменты и методы кибербезопасности, а также предоставляет решения для несовершеннолетних и их семей, чтобы избежать

¹⁴⁵Entertainment Software Rating Board. Retrieved from <https://www.esrb.org/ratings-guide/>

¹⁴⁶Family Online Safety Institute. Retrieved from <https://www.fosi.org/about/mission/>

кибернетических рисков. FOSI предлагает создать в Интернете «культуру ответственности» (culture of responsibility), надеясь, что правительство, правоохранительные органы, промышленность, родители, работники образования и дети будут сотрудничать и брать на себя разные уровни ответственности по защите несовершеннолетних в Интернете. В Великобритании Фонд наблюдения за Интернетом (Internet Watch Foundation, IWF) ¹⁴⁷ подписал с Министерством торговли и промышленности, Министерством внутренних дел, Столичной полицией Лондона, поставщиками интернет-услуг *соглашение о безопасности сети R3* (rating, reporting, responsibility).

IWF руководствуется следующими принципами регулирования контента. Во-первых, поскольку Интернет не существует в правовом вакууме, на него распространяются те же правила, что и на другие средства массовой информации, а именно уголовное право, законы о публикациях, законодательство об общественном порядке и т. д. Во-вторых, «незаконный контент» в контексте действующего законодательства Великобритании относится в том числе к детской порнографии в Интернете. Администраторы должны уважать индивидуальный выбор пользователей и предоставлять им возможность решать, хотят ли они просматривать онлайн-информацию, которая не является детской порнографией, но может быть оскорбительной для пользователей (например, порнографию для взрослых, расистские комментарии и т. д.), с помощью системы классификации и маркировки.

В Европе и США *государственные учреждения* играют важную роль в решении проблем, связанных со сложностью цифровых медиа, однако в азиатских странах большую роль играют *правительства*.

Южная Корея и Китай регулируют интернет-индустрию посредством принятия ограничений в законе и нормативных актов. Южная Корея обнародовала ряд законов о кино, видео и играх. «Закон о возрождении

¹⁴⁷Internet Watch Foundation. Retrieved from <https://www.iwf.org.uk/about-us/why-we-exist/our-history/>

игровой индустрии» регламентирует, что игровые компании должны рассматривать возраст игрока в качестве важного критерия классификации игровых продуктов.

Принятый в 2017 году «Закон о сетевой безопасности Китайской Народной Республики» предусматривает наказание за использование Интернета для осуществления деятельности, угрожающей физическому и психическому здоровью несовершеннолетних. В 2019 году Китай разработал ограничения, обязывающие всех пользователей онлайн-игр регистрировать свои игровые аккаунты с действительной идентификационной информацией. Кроме того, правительство Китая учредило Офис Центральной комиссии по киберпространству (Office of the Central Cyberspace Affairs Commission¹⁴⁸), в полномочия которого входят расследование и наказание деятельности сайтов и интернет-компаний, нарушающих правила сетевой безопасности. Министерство информации, коммуникаций и искусств Сингапура (MICA) предложило, чтобы порнографические веб-страницы были исключены из результатов поиска при предоставлении сетевых услуг семьям, публичные библиотеки и другие организации настраивали соответствующее программное обеспечение для управления рабочим столом при предоставлении интернет-услуг несовершеннолетним, родители заранее настраивали соответствующее контролируемое программное обеспечение для домашних компьютеров.

В целях урегулирования проблем и рисков, связанных с использованием Интернета молодежью, интернет-индустрия внедрила системы и средства защиты. Усилия интернет-платформ по обеспечению безопасности детей и подростков в сети в основном направлены на усиление технических гарантий и проверку контента. Существует три типа мер по снижению негативного воздействия новых медиа: 1) точная идентификация: целевая защита на основе идентификации данных; 2) управление аккаунтом:

¹⁴⁸ Office of the Central Cyberspace Affairs Commission.
URL:http://www.cac.gov.cn/zcfg/A0909index_1.htm

ограничение времени использования и пополнения денег; 3) отбор контента: рекомендации по просмотру контента молодым людям.

Технология искусственного интеллекта и алгоритмов обеспечивает эффективные и точные технические средства для анализа данных платформы и распознавания контента, позволяющие определять контент, содержащий сцены насилия и жестокости, а также порнографического характера, и удалять его. Можно использовать больше данных для создания модели управления рисками с целью улучшения превентивных мер и повторного анализа удаленных видео на различных интернет-платформах, чтобы в последующем извлекать ключевые слова и изображения, нарушающие правовые и этические стандарты. В то же время все противозаконные действия добавляются в базу образцов модели риска, а с помощью добавленных вручную аннотаций и машинного обучения точность распознавания модели может повышаться. Машинное обучение также может помочь платформам социальных сетей обнаруживать и отключать аккаунты взрослых при неподобающем взаимодействии с детьми. Для подростковых пользователей интернет-платформ постепенно создают механизм «подтверждение личности – распознавание лиц – индивидуальное рассмотрение». Некоторые интернет-платформы также создали специальную группу наблюдения за контентом для подростков и включили в нее большое количество представителей поколения Z: молодые цифровые аборигены участвуют в защите подрастающего поколения в онлайн-пространстве.

Совершенствование правовой базы имеет решающее значение для контроля безопасности в киберпространстве. Для нейтрализации угроз, с которыми могут столкнуться молодые люди в новой медиасреде, многие страны разработали и обнародовали законы и нормативные акты об Интернете, законы о защите несовершеннолетних и ограничения, специально предназначенные для подростков. Но новые медиапродукты появляются регулярно, киберпространство меняется постоянно, некоторые ограничения сложно эффективно реализовать в конкретной практике. Поэтому

необходимо совершенствовать ограничения в законах в сочетании с актуальными проблемами в онлайн-пространстве. Например, создание и совершенствование системы классификации сетевой информации в соответствии с физическими и психическими особенностями молодых людей разных возрастов.

Во многих странах введены системы рейтинга фильмов, телешоу, онлайн-игр и другого контента. Соединенные Штаты ввели семь уровней безопасности в соответствии с возрастными категориями: 3 года, 6 лет, 10 лет, 13 лет, 17 лет, 18 лет. В европейских странах делят игры на семь категорий по их содержанию: ругань, дискриминация, наркотики, террор, азартные игры, секс и насилие. Согласно «Национальному договору о защите молодежных СМИ» Германии, вступившему в силу в 2011 году и классифицирующему интернет-контент на четыре возрастные группы: 6+, 12+, 16+ и 18+, все немецкие веб-сайты, поставщики мобильного контента и другие телекоммуникационные медиа обязаны заполнять подробные анкеты, чтобы определить, содержат ли их услуги порнографию, насилие и другую вредную для развития подростков информацию.

Китай ввел ряд законодательных положений для защиты безопасности молодых людей в Интернете, сформировав правовую систему защиты, основами которой являются «Закон о безопасности в Интернете», «Закон о защите несовершеннолетних», «Положение о защите несовершеннолетних в Интернете» и «Положение о защите личной информации детей в сети». В Китае нет соответствующего положения о системе рейтингов, однако в 2019 году медиаплатформы начали запускать «режим для подростков», который ограничивает продолжительность и время использования подростками онлайн-площадок, запрещает вознаграждение или пополнение счета, а некоторые приложения запрещают просмотр прямых трансляций, показывая только содержимое фиксированных досок (определенные разделы контента).

Однако эффект «режима для подростков» неудовлетворительный по двум причинам: 1) в платформе есть лазейки – подростки могут покупать

взрослые аккаунты по другим каналам или использовать идентификационные номера родителей для входа в свои аккаунты плюс они все еще могут получить доступ к нежелательному контенту через поиск в браузере; 2) количество контента мало и недостаточно качественно, чтобы удовлетворить потребности подростков. Таким образом, большинство подростков игнорируют данный режим при использовании новых медиа. В Китае система рейтингов СМИ все еще несовершенна, а новые медиаплатформы находятся на стадии самостоятельного определения стандартов для подростков, недостаточно осознают социальную ответственность из-за отсутствия законов, правил и контроля со стороны государственных учреждений.

Участие родителей играет важную роль. Например, в 2010 году благотворительная организация «Союз матерей» (Mothers' Union¹⁴⁹) провела исследование и оценку влияния порнографии посредством Интернета, газет, журналов, кино и телевидения на молодых людей. После оценки Союз матерей заключил, что интернет-порнография и интернет-насилие не способствуют физическому и психическому здоровью молодых людей, и призвал регулирующие органы взять на себя больше ответственности, а интернет-компании и СМИ укрепить отраслевую самодисциплину, чтобы создать благоприятную среду для роста несовершеннолетних. Исследование, проведенное Союзом матерей, в той или иной мере перекликается с заявлением британского правительства в 2013 году о политике молодежной кибербезопасности в Интернете и реализации плана «действия чистой Сети» по борьбе с интернет-порнографией, чтобы защитить молодых людей от вредней информации.

В России НП «Родительский Комитет» также проводил мероприятия по защите подрастающего поколения от негативной информации массмедиа, «направлял письма в профильные ведомства, обращался в редакции, участвовал в проведении судебных процессов против наиболее вредных для

¹⁴⁹ Mothers' Union. Retrieved from <https://www.mothersunion.org/>

детей телепередач и журналов»¹⁵⁰, а с 1 марта 2017 года НП «Родительский Комитет» начал бессрочную акцию в защиту детей от вредной для них информации, призвав родителей поддержать инициативу мониторинга СМИ и Интернета для выявления информации, наносящей вред здоровью и развитию ребенка, его сексуальной безопасности. На сайте НП «Родительский Комитет» перечислены виды вредоносной информации в СМИ, чтобы родители могли провести аналитическую работу. Родители могут написать письмо о фактах нарушения прав детей в СМИ в областную или городскую прокуратуры, Министерство культуры Российской Федерации, Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, а также непосредственно в НП «Родительский Комитет». Деятельности этих организаций играют прямые и эффективные роли в защите молодых людей от рисков новой коммуникационной среды. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 апреля 2023 г. утверждена Концепция информационной безопасности детей в Российской Федерации. Там отмечено, что «Современные дети – первое поколение, чье взросление происходит на фоне стремительно развивающихся информационно-коммуникационных технологий. В своих привычках, ценностях и поведении в сети Интернет эта группа принципиально отличается от представителей более старшей аудитории (18 – 45 лет). Их основными интересами являются общение в социальных сетях, просмотр видео и онлайн-игры»¹⁵¹. Изложены принципы, задачи и механизмы реализации государственной политики в области информационной безопасности детей.

Таким образом, правительство, неправительственные организации и родители разных стран должны усилить мониторинг Интернета и создать комфортную онлайн-среду для молодых людей.

¹⁵⁰ Родители за права детей в СМИ / НП «Родительский комитет». URL: http://www.r-komitet.ru/media/razdel/new_action (дата обращения: 12.02.2023).

¹⁵¹ Концепция информационной безопасности детей в Российской Федерации <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=448153> (дата обращения: 12.10.2023).

3.2. Медиаграмотность как регулирующий фактор

Правительственные и общественные организации прилагают усилия с целью формирования позитивной медиасреды для молодого поколения, совершенствуя законы и нормативные акты и создавая механизмы регулирования, чтобы справиться со сложностями социализации молодежи, вызванными цифровыми медиа. Однако, учитывая стремительное развитие медиатехнологий и цифровых приложений, система регулирования несколько бездействует, поэтому ключевым компонентом молодежной медиаполитики должно стать повышение медиаграмотности.

Медиаграмотность определяется как «способность получать, анализировать, оценивать и создавать информацию различными способами»¹⁵². С распространением цифровых технологий и новых медиаприложений понятие медиаграмотности было разделено на три компонента: навык использования основных цифровых технологий, навык обработки информации путем ее поиска, отбора и оценки, навык создания контента. Эти три фактора превратились в навыки социального выживания и взаимодействия для современных подростков в цифровой медиасреде.

Когда воздействие СМИ на подростков осложняется негативным медиаконтентом, фрагментированной информацией, информационной перегрузкой, онлайн-мошенничеством, утечкой информации, цифровой фрагментацией и медиазависимостью, эти три фактора медиаграмотности оказывают смягчающее влияние. Социализация подростка осложняется сочетанием социокультурных, школьных и семейных факторов социальной среды, и медиаграмотность «следует рассматривать как социальный навык,

¹⁵²Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14.

как способ взаимодействия в рамках более крупного сообщества, а не просто как навык, используемый для личного самовыражения»¹⁵³.

Текущая ситуация и проблемы в сфере медиаграмотности в Китае

В последние годы в Китае постепенно продвигается образование подростков в области медиаграмотности, подчеркивается его важность. В 2013 году Министерство образования Китая предложило «Мнение о реализации национального проекта по повышению компетенций учителей начальной и средней школ в сфере информационных технологий». В 2017 году вышли «Стандарты учебной программы по информационным технологиям в средней школе (2017 год)» для комплексного повышения информационной грамотности школьников. В 2018 году введен «План действий по информатизации образования 2.0» с целью всестороннего повышения информационной грамотности учителей и учащихся. Пересмотренный «Закон о защите несовершеннолетних КНР», в который добавили раздел о защите несовершеннолетних при использовании Интернета, вступил в силу 1 июня 2021 года.

В результате опроса о медиаграмотности (прил. 1, 2) выяснилось, что большинство школ проводят мероприятия по безопасности использования Интернета в виде лекций, тематических собраний, посредством стенгазет, о чем сообщили 84 % подростков. Они отметили улучшения в отборе информации, использовании интернет-ресурсов, защите личной конфиденциальности, планировании времени, проведенного в Интернете, и медиаэтике. Некоторые школы также признают важность обучения медиаграмотности родителей подростков. О школьных занятиях по повышению квалификации родителей на тему того, как подготовить детей к использованию новых медиа, сообщили 58,66 % родителей. Важность подобных занятий подчеркнули 73,18 % родителей. Однако большинство

¹⁵³Дженкинс Г., Ито М., Бойд Д. Культура участия в сетевую эпоху: разговор о молодежи, обучении, коммерции и политике / пер. с англ. Гао Фанфан. Ханчжоу: Изд-во Чжэцзянского университета, 2017. 224 с. (参与的胜利：网络时代的参与文化)

школ в Китае не включают обучение медиаграмотности в систему учебных программ, а имеющиеся школьные программы порой маргинальны, в них нет единой и стандартизированной системы. Таким образом, школьное образование не удовлетворяет потребности в развитии интернет-грамотности молодых людей.

Участвовавшие в опросе подростки пытались использовать следующие методы, чтобы уменьшить влияние новых медиа на себя:

– заменить проведенное со смартфоном время прогулкой в парке, чтением бумажных книг, занятиями спортом, прослушиванием музыки, общением с родителями, посещением кружков, рисованием, домашними делами, выполнением домашнего задания и т. д.;

– контролировать использование смартфона: не приносить смартфон в школу, убирать во время учебы, устанавливать временные ограничения на использование смартфонов, пользоваться только в определенные часы. (Подростки подчеркивают важность самодисциплины.);

– заручиться родительским контролем. Есть два варианта действий: в одном случае подросток добровольно передает электронное устройство родителю или просит отключить Интернет на время учебного дня; в другом – родитель разрешает подростку пользоваться гаджетом или только по выходным, или после школы, или ограничивает время пользования ребенком;

– следить за утечкой личной информации в киберпространстве, включая внимательно отношение к разрешениям на использование программного обеспечения и настройкам конфиденциальности;

– удалить игровые и видеопрограммные приложения для уменьшения зависимости от смартфона.

Подростки имеют четкое представление о зависимости от мобильных устройств и активно ищут способы ее преодоления, но, несмотря на применение многочисленных методов, позволяющих избежать негативного воздействия новых медиа, некоторые признаются, что не могут перестать пользоваться своими смартфонами. Это может быть связано с тем, что

обращение к новым медиа направлено в первую очередь на такие функции, как отдых и развлечения, поиск учебных материалов и онлайн-покупки. Следовательно, подросткам не хватает навыков управления информацией более высокого уровня, таких как организация, анализ и оценка цифровой информации, а значит, они должны развивать инициативу и грамотность, чтобы использовать цифровые медиатехнологии в своих целях.

Воздействие социокультурных факторов на медиаграмотность подростков

Семья, школа и группы сверстников – наиболее непосредственная и частая среда, с которой подростки контактируют в процессе своего взросления и развития, и она может оказать глубокое влияние на психологию и поведение подростков. В свою очередь, на каждого члена общества влияет широкий социокультурный контекст.

Конфуцианство, буддизм и даосизм представляют собой самые распространенные идеологии в традиционном китайском обществе.

Конфуцианство пропагандирует доброжелательность, праведность, правильность, мудрость и веру, даосизм – самосовершенствование и природу, а буддизм – круговорот причин и следствий. Конфуцианство, буддизм и даосизм постепенно интегрировались и формировали культурные представления китайского народа на протяжении тысячелетий истории. Через образование и социальное взаимодействие идеологии централизации, иерархии, послушания, власти, среднего положения и прагматизма оказали большое влияние на мышление, поведение и ценности китайцев. Традиционная китайская модель образования под влиянием культуры делится на две темы: контроль импульсов и мотивация достижения.

Контроль импульсов связан с соответствием поведения моральным нормам, а не с психологическими триггерами, вызывающими импульсы. В процессе воспитания детей важен самоконтроль, уважение и подчинение авторитету. *Мотивация достижения* в традиционной китайской культуре

коллективистская, успех человека определяется не тем, к чему он стремится, а тем, сможет ли он оправдать или превзойти ожидания, возложенные на него родителями, семьей и обществом.

Ученые Юй Аньбан и Ян Гошу исследуют образ жизни, социальную структуру и процесс социализации традиционного Китая и приходят к выводу, что это авторитарное общество, характеризующееся коллективизмом и клановостью, подчеркивающее групповое сознание, ориентацию на семью или клан в качестве основной цели индивидуальных достижений и поощряющее совместные коллективные достижения¹⁵⁴. «Всякое дело ничтожно, и только знание – путь к высокому социальному статусу»¹⁵⁵; известное стихотворение, широко известное в китайском обществе с XII века, выражает оценку достижений китайцев.

Под влиянием модели образования, ориентированной на импульсивный контроль и мотивацию достижения, большинство школ в Китае по-прежнему сконцентрированы на обучении, нацеленном на сдачу экзаменов, а успеваемость учеников ценится выше, чем другие факторы. Китайские родители также придают большое значение успеваемости своих детей, а все остальное – не связанное с учебой и экзаменами – является второстепенным. От подростков по-прежнему ожидают хороших баллов на экзаменах. Это приводит к отсутствию надлежащего понимания медиаграмотности в обществе, школах и семьях, а обучение медиаграмотности преследует цель – оградить успеваемость подростков от негативного влияния новых медиа.

Вследствие быстрого роста экономики Китая, индустриализации, урбанизации и информатизации увеличилось количество переменных, влияющих на обучение молодых людей медиаграмотности.

¹⁵⁴Юй Аньбан, Ян Гошу. Социально ориентированная мотивация достижения и личностно ориентированная мотивация достижения: концептуальный анализ и эмпирическое исследование // Труды Института этнологии, Академия Синика. 1987. № 64. С. 51–98. (余安邦,杨国枢:社会取向成就动机与个我取向成就动机:概念分析与实证研究)

¹⁵⁵Ван Чжу. Стихотворение вундеркинда. Династия Северная Сун. (汪洙:神童诗)

Во-первых, структура китайских семей изменилась. По данным Национального бюро статистики Китая, в результате политики планирования семьи и мобильности населения размер китайских семей с каждым годом уменьшается: с 3,44 человека в 2000 году до 3,1 человека в 2010 году и 2,62 человека в 2020 году¹⁵⁶. Семьи с одним ребенком сравнительно популярны в Китае, и исследование¹⁵⁷ показало, что единственные дети чаще пользуются социальными сетями, чем имеющие братьев и сестер. Кроме того, феномен бабушек и дедушек, воспитывающих детей, оставшихся без попечения родителей, очень распространен в сельских районах Китая.

Несмотря на то, что новые медиа могут быть средством развлечения, семейного общения, образования и социальной активности для детей, оставшихся без родительского надзора, предлагая цифровую эмоциональную компенсацию и уменьшая одиночество, именно в данном случае требования к обучению медиаграмотности еще более высоки.

Во-вторых, традиционная родительская власть разрушается из-за равенства онлайн-взаимодействия. В Интернете люди обмениваются информацией и общаются друг с другом, и над ними не тяготеет вопрос о том, кто кого угнетает, кто кем правит и кто над кем стоит. В настоящее время школы и родители не могут быть абсолютным авторитетом в обучении медиаграмотности. Кроме того, молодые люди приобретают социальную культуру и одновременно реагируют на общество, создавая и конструируя новую культуру, что становится для подростков возможностью и условием для цифровой подпитки. Между их ценностями, мышлением, действиями, цифровой компетентностью и медиапросвещением их родителей образовался цифровой разрыв.

Существенной проблемой в обучении подростков медиаграмотности в условиях медиатизированной коммуникации является соответствие

¹⁵⁶Бюллетень седьмой Национальной переписи населения (№ 2) / Государственное бюро статистики. 2021, 11 мая. URL: http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202105/t20210511_1817197.html (дата обращения: 26.05.2022).(国家统计局: 第七次全国人口普查公报(第二号))

¹⁵⁷Там же.

образовательных программ по медиаграмотности, принятых родителями и школами, *навыкам* медиаграмотности, необходимым подросткам.

В-третьих, доминирование социальных организаций, играющих важную роль в социализации, ослабевает. Подростки могут научиться социальному разделению труда и сотрудничеству, следованию социальным нормам и ответственности через формальные социальные группы. Но для современных подростков киберпространство превратилось в место социального обучения и вовлечения. Они являются производителями, потребителями и комментаторами одновременно, активно участвуя в различных субкультурных группах, онлайн-играх, сообществах фанатов и сообществах обмена контентом. Подростки обладают более широкими знаниями, сталкиваются с более разнообразными культурами и ценностями, имеют собственный взгляд на вещи, и их собственные потребности в независимой личности и эмоциональном опыте возрастают ¹⁵⁸ . Стандартизированная, синхронизированная и централизованная модель школьного образования больше не соответствует потребностям современного обучения медиаграмотности молодежи.

В-четвертых, Интернет (другой мир) – мир виртуальных социальных сценариев. Как писал Франк Коэльш: «Интернет доступен тысячам домохозяйств, люди могут подняться на Эверест, пересечь ледники и даже бродить по миру динозавров Юрского периода в виртуальной реальности, весь воспринимаемый мир может быть слеплен в сети, мир Сети – это и реальный мир» ¹⁵⁹ . Люди также могут осязать, воспринимать и взаимодействовать в виртуальном пространстве Сети с помощью технологий AR/VR. Цифровые технологии дают людям ощущение реальности, что позволяет им участвовать в виртуальном обществе, где невозможные в

¹⁵⁸ *Линь Сяошань.* Изменения в китайских семьях за последние сорок лет реформ и открытости: траектории, логика и тенденции // Женские исследования. 2018. № 5. С. 52–69. (林晓珊:改革开放四十年来的中国家庭变迁:轨迹、逻辑与趋势)

¹⁵⁹ *Коэльш Ф.* Информедийная революция / пер. с англ. Шэнь Цзэхуа. Шанхай: Шанхайское издательство переводов, 1998. 439 с. (弗兰克·凯尔奇:信息媒体革命)

реальном мире желания могут быть реализованы и удовлетворены, в Сети создаются природные, социальные, человеческие и даже божественные миры. Однако межличностные контакты, достижения и опыт, полученные в виртуальном обществе, невозможно перенести в реальную социальную среду, а культура и социальные связи в реальном мире сильно отличаются от тех, что были получены в виртуальном мире. Социализация подростков в виртуальной мире сильно отличается от социализации в реальном мире, а иногда даже *противоречит* ей. Обладают ли подростки умением справляться с этими различиями и противоречиями?

Усилия по повышению медиаграмотности подростков в обществе медиатизации

Обучение медиаграмотности относится не только к индивидуальному образованию, но и к социальному развитию и макрополитическим механизмам. В условиях, когда все сферы общества вовлечены, переписаны и реконструированы медийной логикой, как сформировать у молодых людей медийную осведомленность? Как в современной быстро меняющейся медиасфере молодые люди могут эффективно использовать медиа и сделать их фактором саморазвития и социального прогресса? В современной медиатизированной культуре общество, школы, семьи и молодые люди должны работать *совместно*, чтобы справиться с этими проблемами.

1. *Семья* является важным местом для культивирования медиаграмотности. Обучение родителей медиаграмотности так же важно, как и образование подростков. По данным опроса Китайского информационного интернет-центра, 50,1 % китайских родителей считают, что семья является самым важным фактором в контроле использования Интернета несовершеннолетними, но 57,5 % родителей сказали, что они мало знают об Интернете и используют его в основном для просмотра новостей или коротких видеороликов; 4,1 % родителей не пользуются Интернетом совсем,

а 24,7 % родителей считают, что у них менталитет интернет-зависимого¹⁶⁰. Недостаточная медиаграмотность родителей ограничивает возможности руководства медиапотреблением подростков. Родителям также необходимо активно изучать и осваивать основные цифровые медиатехнологии и совершенствовать собственные навыки поиска, отбора и оценки информации.

Многие современные подростки уже могут сами учить своих родителей пользоваться цифровыми медиа, а родители – уменьшить излишний контроль, взяв на себя инициативу по созданию каналов связи с детьми: обсуждать с ними правила доступа в Интернет, предоставлять определенную степень автономии, наблюдать за количеством времени и целью использования Интернета, умеренно вмешиваясь при необходимости, используя различные формы и методы. Важно взаимодействовать и обсуждать с молодыми людьми надлежащее использование мобильных устройств и опасности киберпространства. Современные молодые люди имеют собственное понимание и взгляды на влияние современных медиа, общаясь с ними можно уменьшить их антипатию к авторитарным и догматическим обучениям.

2. Стратегии обучения медиаграмотности в *школах* нуждаются в обновлении. На данный момент в Китае существует два основных метода воспитания медиаграмотности на школьном уровне: первый – лекции, классные и родительские собрания по вопросам обучения медиаграмотности; второй – внедрение обучения медиаграмотности в учебную программу. Некоторые школы уже предприняли определенные попытки, например, сотрудничали с университетами, чтобы разработать или предложить курсы медиаграмотности.

Северо-восточный педагогический университет, Коммуникационный университет Китая и Чжэцзянский институт медиа сотрудничали со школами

¹⁶⁰Повышение уровня сетевой грамотности и создание сети безопасности // Китайская молодежная сеть. 2021, 17 августа. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1708288299661193561&wfi=spider&for=pc> (дата обращения: 08.08.2022). (加强网络素养教育, 织密网络保护安全网)

для проведения экспериментов с курсами по медиаграмотности детей¹⁶¹. Подобное сотрудничество способствует практике и пониманию концепций медиаграмотности, но есть и недостатки, в частности то, что многие курсы по медиаграмотности в средней школе связаны с проектами исследовательских институтов, и после завершения проектов невозможно продолжить практику курса. Интеграция обучения медиаграмотности в учебную программу становится все более важной. В 2017 году в учебный каталог провинции Гуандун был включен учебник «Медиаграмотность», направляющий молодых людей в использовании Интернета с помощью мультфильмов, примеров и вопросов для размышления¹⁶².

Помимо обучения подростков медиаграмотности, повышение медиаграмотности учителей и родителей является важным компонентом построения образования по медиаграмотности в школах. Способность учителей отбирать учебные ресурсы, фильтровать информацию, открытое видение, разностороннее мышление и критическое восприятие медиаданных, являясь главным проводником всей системы образования, окажет влияние на медиаграмотность молодых людей. Необходимо поощрять диалог между родителями и школами по вопросам медиаграмотности подростков. Важно, чтобы школы создали системы поддержки семейного образования для семей с детьми, оставленными в сельской местности, создали учебную программу по медиаграмотности для родителей оставленных детей и способствовали коммуникации между подростками, школами, семьями.

Прогресс новых умных медиатехнологий значительно повысил удобство их использования в среде молодежных групп, а интерактивный и партисипативный характер распространения информации предоставляет

¹⁶¹Как повысить медиаграмотность подростков перед угрозой сетевых рисков // Гуанмин Дэйли. 2020, 18 сентября. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1678118853867821817&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 25.08.2022). (面对网络风险,青少年媒介素养如何提升)

¹⁶²Зависимость и доверчивость, кибернасилие в более молодом возрасте: СМИ сосредоточены на том, как повысить медиаграмотность молодых людей // The Paper. 2020, 18 сентября. URL: https://m.thepaper.cn/baijiahao_9235444 (дата обращения: 25.08.2022). (沉迷与轻信,网络暴力低龄化,媒体聚焦青少年媒介素养如何提升)

молодым людям больше возможностей для участия в социальной деятельности и выражения своей социальной воли, выдвигая дополнительные требования к обучению медиаграмотности, что делает крайне актуальным развитие партисипативной практики преподавания медиаграмотности. Обучение медиаграмотности в эпоху цифровых медиа уже не удовлетворяется однократным пассивным просвещением о медиа; требуется, чтобы молодые люди оценили и поняли активную роль, которую медиа играют в социальной системе. Открытое, партисипативное и практическое обучение призвано характеризовать обучение медиаграмотности. Для этого нужно, чтобы обучение медиаграмотности проходило более экспериментально, с применением новых медиатехнологий и переносом акцента с уровня использования медиа на уровень участия в социальной практической деятельности.

Роль социальных институтов в образовании медиаграмотности

Отсутствие общественных институтов, созданных частной самоорганизацией в социальной среде Китая, которая полагается в этом вопросе на правительственные ведомства, является еще одним эффектом традиционной социальной культуры и социальной системы Китая в регулировании сложностей, связанных с использованием новых медиа молодыми людьми.

Общественные институты, созданные под руководством государственных ведомств, получают преимущества от консультаций в сферах политики, финансовой поддержки и интеграции ресурсов, а также могут проводить обширные исследования и изыскания под влиянием государственных ведомств для обеспечения поддержки данных и научной основы для формулирования соответствующей политики.

Организации по защите прав молодых людей могут внести вклад в обеспечение их безопасности в Интернете. Центральный отдел Коммунистической лиги молодежи по защите прав и интересов молодежи,

Китайский фонд детей и молодежи, Китайский фонд развития молодежи, провинциальные и муниципальные молодежные фонды, которые являются государственными учреждениями, созданными по инициативе Центрального комитета Коммунистической лиги молодежи или муниципальных комитетов Коммунистической лиги молодежи, проводят различные мероприятия, способствующие физическому и психическому здоровью подростков.

Организации по сетевой информационной безопасности играют роль в разработке макрополитики и руководстве обучением медиаграмотности подростков, а также могут совершенствовать политику, законы, правила и внедрять институциональные гарантии для обучения медиаграмотности молодых людей. В настоящее время более влиятельными организациями по сетевой информационной безопасности в Китае являются Государственная канцелярия интернет-информации КНР, Китайский информационный интернет-центр и Ассоциация кибербезопасности Китая.

Государственная канцелярия интернет-информации КНР представила «14-й Пятилетний план» информатизации в 2021 году, в котором указано, что необходимо повысить степень информатизации инфраструктуры образования и модернизировать инфраструктуру кампусов ¹⁶³. В марте 2022 года Центральный комитет по сетевой безопасности и информатизации публично обратился к общественности с просьбой прокомментировать «Положение о защите несовершеннолетних в Интернете (проект для публичных комментариев)», которое включает главу о повышении медиаграмотности несовершеннолетних ¹⁶⁴, содержащую требование к административным отделам образования всех уровней включить обучение медиаграмотности в

¹⁶³14-й Пятилетний план: национальный план информатизации / Центральное народное правительство Китайской Народной Республики. 2022. URL: http://www.cac.gov.cn/2021-12/27/c_1642205314518676.htm (дата обращения: 20.09.2022). («十四五”国家信息化规划)

¹⁶⁴Уведомление Государственного управления интернет-информации о «Положении о защите несовершеннолетних в Интернете (проект для комментариев)» вновь доступно для публичных комментариев / Центральное народное правительство Китайской Народной Республики. 2022. URL: http://www.gov.cn/xinwen/2022-03/14/content_5678971.htm (дата обращения: 20.09.2022). (中华人民共和国中央人民政府:国家互联网信息办公室关于未成年人网络保护条例(征求意见稿)再次公开征求意见的通知)

программы качественного образования в школах. Предложено совместно с Государственной канцелярией интернет-информации КНР разработать показатели для измерения медиаграмотности несовершеннолетних и устанавливающие конкретные требования к органам управления образованием, школам, государственным учреждениям, участникам платформ интернет-услуг и всем уровням общества. Это включает усиление воспитания медиаграмотности несовершеннолетних, регулирование содержания интернет-информации, защиту личной информации несовершеннолетних, а также профилактику и борьбу с интернет-зависимостью несовершеннолетних.

Существуют и другие общественные институты, не возглавляемые правительством, например Китайская молодежная ассоциация новых медиа. Данная ассоциация сотрудничала с интернет-предприятиями при проведении мероприятий, связанных с обучением медиаграмотности. Например, с Tencent, Ant Financial и другими предприятиями проводила «конкурс инновационных коммуникаций в области интернет-цивилизации и кибербезопасности», «мини-класс по кибербезопасности» в школах, интернет-предприятиях и сообществах ¹⁶⁵. Посредством конкурсов киберзнаний, соревнований, микроуроков по кибербезопасности и тематических выставок молодые люди расширяли свое понимание кибербезопасности и вовлекались в развитие и поддержание киберпространства. Общество нуждается в разработке схожих методов обучения медиаграмотности в цифровой медиасреде.

С развитием Интернета и мобильных коммуникационных технологий обучение подростков медиаграмотности эволюционирует от простого применения технологий к более сложным вопросам социального познания и культурных ценностей. Исследования и практика обучения подростков

¹⁶⁵Компания Tencent помогает создать чистое киберпространство для каждого // Центральная радиотелевизионная сеть. 2016, 19 сентября. URL: http://tech.cnr.cn/techgd/20160919/t20160919_523144817.shtml (дата обращения: 22.09.2022). (腾讯安全助力“阳光跟帖” 打造全民晴朗网络空间)

медиаграмотности требуют сотрудничества общества, школ, семей и подростков. Как пишет Юваль Харари в книге «21 урок для XXI века», на каждый доллар и каждую минуту, вложенные в совершенствование технологий, было бы разумно тратить по одному доллару и одной минуте на развитие человеческого сознания¹⁶⁶.

3.3. Опыт Китая в регулировании медиапотребления

Прогресс цифровых технологий привел к возникновению медиатизированного общества. К процессу социализации подростков в контексте медиатизированной коммуникации прибавляются новые проблемы, такие как цифровая дифференциация, медиазависимость, информационная перегрузка, негативный медиаконтент, кибернасилие, нарушение приватности. Разумеется, развитие цифровых медиа создает для подростков ресурсы, возможности и шансы для участия в социальной культуре, общественной жизни и обучении. Молодые люди нуждаются в несколько автономных местах, чтобы свободно участвовать во всех аспектах жизни общества. Сложности медиатизированной коммуникации будут присутствовать всегда, поскольку медиа стали подобны воздуху, и невозможно обеспечить вакуумную среду для подростков. Как же молодые люди могут использовать новые медиа безопасно, творчески, конструктивно и этично, чтобы способствовать своей социализации?

Коммуникационная среда, в которой сегодня проживают молодые люди, создается совместно многими субъектами, включая правительство, операторов и пользователей Сети. Соответственно, медиасреда для социализации подростков также должна создаваться и поддерживаться этими субъектами. В сложной медийной экосистеме в определенной степени требуются *привратники*. Согласно Курту Левину, одному из первых

¹⁶⁶Харари Ю. 21 урок для XXI века / пер. с англ. Линь Цзюньхун. Пекин: Международная китайская инвестиционная корпорация по управлению имуществом, 2018. 333 с. (尤瓦尔·赫拉利:今日简史)

сторонников теории привратников, привратник – это человек или группа, которые определяют, открывается или закрывается канал и может ли что-то пройти через него¹⁶⁷. К. Левин указывает, что, хотя все принимают решения, развивают социальную реальность и влияют на других в социальном поле, некоторые находятся в решающей позиции социального канала – они являются привратниками, которые играют более важную роль в установлении социальной реальности¹⁶⁸. В сегодняшней медиатизированной коммуникационной среде данный механизм воплощается в сетевых привратниках. Карин Барзилай-Нахон предлагает теорию сетевых привратников, объединяющую перспективы теорий коммуникации, теории менеджмента и технологий, теории информационной науки и теории политических наук для решения проблем контроля информации в сетевой среде¹⁶⁹.

Барзилай-Нахон выделяет два измерения сетевых привратников: измерение полномочий, которое классифицирует сетевых привратников по уровню их власти над объектом привратника, и функциональное измерение, которое определяет функцию сетевого привратника в зависимости от степени контроля над механизмом привратника¹⁷⁰. Уровень правительства, уровень отраслевого регулятора, уровень внутреннего контроля и уровень индивидуума включены в классификацию полномочий. Различные формы обязанности привратников. На уровне отраслевых регуляторов государственные или частные организации могут создавать и эксплуатировать отраслевые механизмы контроля в сотрудничестве с государственными регуляторами или независимо от них. Внутренний

¹⁶⁷Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: Concept, method and reality in social science; social equilibria and social change. *Human Relations*, 1(1), 5–41.

¹⁶⁸Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: II. Channels of group life; social planning and action research. *Human Relations*, 1(2), 143–153.

¹⁶⁹Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A critical review. *Annual Review of Information Science and Technology*, 43(1), 1–79.

¹⁷⁰Barzilai-Nahon, K. (2008). Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(9), 1493–1512.

уровень управления относится к внутренним настройкам контроля информации в учреждениях, организациях, социальных сетях и сообществах. На индивидуальном уровне отдельные лица могут осуществлять полномочия по обеспечению контроля, например, родители могут ограничивать доступ детей к нежелательному медиаконтенту.

Привратники могут включать провайдеров инфраструктуры, интернет-провайдеров и администраторов в функциональном измерении. К провайдерам инфраструктуры относятся операторы сети и связи, которые влияют на скорость и поток информации в Сети. Поисковая система, портал, виртуальное сообщество или социальные сети принадлежат интернет-провайдеру, администратор представляет собой администратора сети, или куратора контента, или даже человека, готового выступить в роли привратника.

В новом медийном пространстве сетевые привратники играют важнейшую конструктивную роль. Согласно теории привратников и теории сетей привратников, использование новых медиа для стимулирования социализации подростков должно осуществляться на нескольких уровнях, включая государственные ведомства, регулирующие органы, операторов сетевых платформ и индивидов.

Государственные органы играют ключевую роль в регулировании медиаэкологии. Несмотря на то, что различные типы правительств используют различные методы управления, основной гарантией эффективного управления экологией новых медиа являются совершенствование правил управления новыми медиа, принятие соответствующих законов и реализация соответствующей политики, чтобы управление новыми медиа базировалось на законе.

В Китае государственное регулирование усилено, и в последние годы *сформирован подход под руководством правительства к активизации строительства новых медиа, управлению ими и регулированию медиаконтента с помощью законов, административно-правовых норм,*

ведомственных актов, судебных толкований правовых норм, нормативных документов и директивных документов.

На законодательном уровне в Китае с 1 июня 2017 года действует «Закон КНР о кибербезопасности», с 1 сентября 2021 года – «Закон КНР о безопасности данных», а с 1 ноября 2021 года – «Закон КНР о защите личной информации». Несмотря на то, что ведомственные акты находятся на относительно низком уровне в законодательстве, они сыграли важную роль в процессе управления Интернетом в Китае, в том числе «Положение о сетевой защите личной информации детей», «Положение об экологическом управлении информационным содержанием Сети», «Положения об управлении алгоритмическими рекомендациями для информационных служб Интернета», «Положение об административном управлении алгоритмическими рекомендациями для информационных служб Интернета», «Положение об управлении информацией об учетной записи пользователя Интернета», «Положение об администрировании глубокого синтеза информационных интернет-услуг». Основанием для государственных органов в процессе регулирования являются более конкретные и целевые нормативные документы, такие как «Положение об администрировании услуг сообщества интернет-форума», «Положение об интервьюировании подразделений служб новостей и информации в Интернете», «Положение об услугах аудио- и видеоинформации в Интернете», «Положение об администрировании услуг последующего комментирования в Интернете». Директивные документы, которые разрабатываются ведомствами государственного управления в ответ на конкретные ситуации, служат основой для правоприменения, например «Методы определения незаконного и неправомерного сбора и использования личной информации приложением» и «Руководящие указания по усилению стандартизированного управления онлайн-прямыми трансляциями». Помимо законов, постановлений и норм, судебные толкования Верховного суда и Верховной прокуратуры могут рассматриваться как важнейший источник права. Текущими

судебными толкованиями по управлению сетью являются «Толкование Верховной народной прокуратуры Верховного народного суда по некоторым вопросам применения закона при рассмотрении уголовных дел о незаконном использовании информационной сети и содействии преступной деятельности в информационной сети» и «Положение Верховного народного суда по некоторым вопросам применения закона при рассмотрении дел о гражданских спорах об использовании информационной сети против лиц».

Эти законы, положения и нормативные акты устанавливают персональную ответственность и обязательства для государственных ведомств, регулирующих органов, операторов сетевых платформ и индивидов. «Положение об экологическом управлении информационным содержанием Сети»¹⁷¹ определило обязанности отдела сетевой информации, подчеркнув функции надзора и управления: сотрудничество для осуществления экологического управления сетевым информационным контентом путем создания и улучшения обмена информацией, совместного правоприменения, мониторинга случаев раскрытия информации и других рабочих механизмов в сотрудничестве с соответствующими компетентными органами; обеспечение платформы услуг сетевого информационного контента для ведения бухгалтерского учета незаконной и нерегулярной деятельности и принятие соответствующих мер в соответствии с законом; создание структуры для правительства, бизнеса, общества и пользователей Интернета для участия в мониторинге и оценке экологического управления платформами услуг сетевого информационного содержания в этой административной области.

Все вышеупомянутые законы и нормативные акты четко определяют обязанности, которые должны выполнять операторы сетей и платформы услуг по предоставлению информационного контента. «Закон КНР о защите

¹⁷¹Положение об экологическом управлении информационным содержанием Сети / Администрация киберпространства Китая. 2019, 20 декабря. URL: http://www.cac.gov.cn/2019-12/20/c_1578375159509309.htm (дата обращения: 23.02.2023). (中华人民共和国互联网信息办公室:网络信息内容生态治理规定)

личной информации»¹⁷² требует от компаний, которые предоставляют важные услуги на интернет-платформе, имеют большое количество пользователей и сложные виды бизнеса по обработке личной информации, создать надежную систему соблюдения требований по защите персональных данных в соответствии с правилами; сформировать независимый орган, состоящий в основном из внешних членов, для надзора за защитой персональных данных; регулярно публиковать отчеты о социальной ответственности в области защиты личной информации и не препятствовать общественному контролю.

Согласно «Положению об управлении учетной информацией пользователей Интернета»¹⁷³, поставщики информационных интернет-услуг должны нести основную ответственность за сохранность учетной информации интернет-пользователей, предоставлять профессиональный персонал и технические возможности, соответствующие масштабу услуг, а также создавать и внедрять системы управления аутентификацией реальной идентификационной информации, проверки учетной информации и планирования действий в чрезвычайных ситуациях.

Согласно «Уведомлению Государственной администрации радио и телевидения об усилении управления платформами онлайн-шоу и прямых трансляций» платформы онлайн-шоу и трансляций должны внедрить управление реальными именами для ведущих и пользователей, желающих вознаградить ведущих; несовершеннолетние пользователи и те, кто регистрируется не под настоящим именем, не должны допускаться к вознаграждению ведущих; платформы также должны установить лимит на вознаграждения, выдаваемые ведущим.

¹⁷²Закон КНР о защите личной информации / Всекитайское собрание народных представителей. 2021, 20 августа. URL: <http://www.npc.gov.cn/npc/c30834/202108/a8c4e3672c74491a80b53a172bb753fe.shtml> (дата обращения: 25.02.2023). (全国人民代表大会: 中华人民共和国个人信息保护法)

¹⁷³Положение об управлении учетной информацией пользователей Интернета / Администрация киберпространства Китая. 2022, 27 июня. URL: http://www.cac.gov.cn/2022-06/26/c_1657868775042841.htm (дата обращения: 25.02.2023). (中华人民共和国互联网信息办公室: 互联网用户账号信息管理规定)

Более того, ввиду проблем алгоритмических рекомендаций в социальных сетях и на платформах коротких видео, 16 ноября 2021 года Администрация киберпространства Китая рассмотрела и приняла «Административные положения по рекомендации алгоритмов информационных служб Интернета»¹⁷⁴, которые действуют с 1 марта 2022 года. Положения предъявляют конкретные требования к компаниям, использующим в своих услугах рекомендации на основе алгоритмов: обеспечение большей прозрачности в отношении того, как работают эти алгоритмы, и какое влияние они окажут на пользователей; запрет на злоупотребление личной информацией и неиспользование алгоритмов для манипулирования списками, контроля горячего поиска и других вмешательств в представление информации; поставщики услуг по рекомендации алгоритмов должны регулярно анализировать, оценивать и проверять механизмы алгоритмов, модели, данные и результаты применения; не должны продвигать несовершеннолетним информацию, которая может побудить их имитировать рискованное поведение или нарушать социальные нормы, не должны поощрять вредные привычки у несовершеннолетних или продвигать информацию, которая может повлиять на их физическое или психическое здоровье, не должны использовать алгоритмические рекомендательные сервисы для поощрения интернет-зависимости у несовершеннолетних.

Существуют также четкие положения по созданию, воспроизведению и публикации информации с целью участия в сетевой деятельности для пользователей сетевых услуг — индивидуальных, групповых или организационных.

¹⁷⁴Административные положения по рекомендации алгоритмов информационных служб Интернета / Центральное народное правительство Китайской Народной Республики. 2022, 26 ноября. URL: http://www.gov.cn/zhengce/2022-11/26/content_5728941.htm (дата обращения: 25.02.2023). (中华人民共和国中央人民政府: 互联网信息服务算法推荐管理规定)

«Положение об экологическом управлении информационным содержанием Сети» запрещает производителям сетевого информационного контента создавать, копировать или публиковать незаконную информацию следующего содержания: искажающую, скандализирующую, оскверняющую или отрицающую подвиг и дух героических мучеников; оскорбляющую, порочащую или иным образом посягающую на имя, портрет, репутацию или честь героических мучеников; пропагандирующую терроризм, экстремизм или подстрекательство к осуществлению террористической или экстремистской деятельности; разжигающую межнациональной розни, этническую дискриминацию, подрывающую национальное единство; подрывающую национальную религиозную политику, пропагандирующую культы и феодальные суеверия; распространяющую слухи, нарушающие экономический и социальный порядок; распространяющую непристойности, порнографию, азартные игры, насилие, убийства, терроризм или пособничество преступлениям; оскорбляющую или клеветническую на людей, посягающую на их репутацию, частную жизнь и другие законные права и интересы.

Строгое и точное регулирование насилия в Интернете, утечек конфиденциальной информации и неприемлемого контента способствует созданию медиасреды, благоприятной для социализации молодых людей. Тем не менее, доминирующий в Китае государственный подход к регулированию и ограничению распространения информации в Интернете привел к тому, что создание и корректировка внутренних механизмов контроля в индустрии новых медиа оказались слишком пассивными. Индустрия новых медиа должна взять на себя инициативу по созданию регулирующего механизма для отрасли и разработать соответствующие регулирующие меры с учетом реальной ситуации. Для того чтобы повысить эффективность регулирования новых медиа, правительство также должно учитывать мнения пользователей и практиков сектора новых медиа при разработке планов регулирования и включать соответствующие предложения.

Несмотря на то, что правительство играет важнейшую роль в формулировании законов, нормативных актов и политических документов, регулирующие органы из правительства, индустрии и общества также должны обеспечивать выполнение правил и вносить свой вклад в их эффективность.

Администрация киберпространства Китая, основанная китайским правительством в 2011 году, служит главным органом регулирования Интернета в Китае. К основным обязанностям этого органа относятся реализация руководящих принципов и политики распространения информации в Интернете, развитие правовой базы распространения информации в Интернете, руководство, координация и надзор за соответствующими ведомствами с целью укрепления управления информационным контентом в Интернете, а также изучение и борьба с незаконными и не соответствующими закону веб-сайтами.

С 2019 года Администрация киберпространства Китая ввела ряд специальных операций «Цинлан» для решения уникальных проблем новых медиаплатформ. Эти операции помогли справиться с проблемами в среде интернет-коммуникаций Китая. Многие из этих операций имеют четкую связь с молодыми людьми.

В 2020 году Администрация киберпространства Китая в сотрудничестве с Министерством образования организовала специальную операцию по изучению онлайн-платформ для занятий с участием несовершеннолетних, провела инвентаризацию сообщений и комментариев порнографического содержания в приложениях для обучения и образования, часто используемых подростками. Были приняты такие меры как проведение собеседований, назначение сроков исправления и прекращение соответствующих развлечений. Это была двухмесячная общенациональная специальная операция по устранению хаоса в фэндомах в социальных сетях, включая фанатов, оскорбляющих друг друга, нападающих друг на друга, чтобы вызвать войну, провоцирующих конфронтацию, оскорбляющих и

клеветующих, дезинформирующих и занимающихся злонамеренным маркетингом, началась 15 июня 2021 года.

Для того чтобы решить эти проблемы, был реализован ряд мер: снижение веса таких показателей, как отметки, лайки и комментарии при ранжировании музыкальных, кино- и телевизионных произведений, и повышение веса таких показателей, как ориентация на работу и оценка профессионализма; снижение веса таких показателей, как функции алгоритма, позволяющие воспроизводить рейтинг популярности знаменитостей, функции платной регистрации или увеличения числа регистраций путем оплаты членства и т. п., и повышение веса таких показателей, как качество культурной продукции; строгий запрет несовершеннолетним тратить деньги на поддержку знаменитостей; недопущение несовершеннолетних в качестве владельцев или руководителей фан-групп.

Администрация киберпространства Китая с 2020 года проводит ежегодную летнюю операцию по выявлению и пресечению нежелательной информации и недопустимого интернет-поведения, в том числе использования знаменитых детей для извлечения прибыли, использования несовершеннолетних для привлечения трафика путем позирования в неприличных позах, имеющих сексуальный подтекст, предоставления информации и услуг по аренде и продаже аккаунтов в онлайн-играх несовершеннолетним, совершение онлайн-запугивания, оскорблений и насмешек в отношении несовершеннолетних.

Как регулирующий орган, Администрация киберпространства Китая по контролю за информационными технологиями играет важную роль в создании благоприятной медийной экосистемы через надзор и специальные операции по борьбе с негативным контентом и поведением в видеороликах, сетевых прямых трансляциях и социальных сетях. Однако сложная сетевая среда требует стабильных механизмов надзора на повседневной основе, и регулирование только через специальные операции может привести к

обратному отскоку негативного контента и проблем поведения в сети, что затруднит долгосрочный эффект и формирование общественного согласия.

В связи с этим необходимо создать стабильные механизмы регулирования, в которых будут участвовать операторы сетевых платформ, пользователи новых медиа, исследовательские учреждения, высшие учебные заведения, а также механизмы отраслевого и общественного надзора, чтобы обеспечить устойчивую работу системы надзора в системе регулирования сетевой среды.

Подростки и взрослые сталкиваются с одинаковой медиасредой, то есть подростки могут получать доступ к тем же материалам через новые медиа, что и взрослые. При использовании подростками новых медиа требуется создать соответствующие механизмы доступа к платформе.

На данный момент в Китае существует два способа контроля доступа к платформам новых медиа, которые уже введены в действие. Первый – установка «режима подростка», при включении которого приложение будет регулировать поведение несовершеннолетних в области продолжительности использования, функциональности и контента для просмотра. Второй – предоставление несовершеннолетним услуг посредством подтверждения личности через регистрацию, распознавание лица и ручную проверку. Социальные сети WeChat, Douyin, Sina Weibo, а также аудио- и видеоприложения в основном используют «режим подростка». «Режим подростка» все еще находится в процессе исследования, и на данный момент он не дал заметных результатов. В «режиме подростка» многие платформы не имеют функций комментирования, обмена сообщениями и прочего взаимодействия, а также ограничивают доступ к поиску контента¹⁷⁵. Тем не менее «режим подростка» является эффективной попыткой, которая может быть улучшена и усовершенствована практическим путем.

¹⁷⁵Как режим подростка «хорошо работает и нравится в использовании» // Жэньминь жибао. 2023, 16 января. URL: <http://society.people.com.cn/n1/2023/0116/c1008-32606994.htm> (дата обращения: 27.02.2023). (青少年模式如何“好用爱用”)

В онлайн-играх обычно действует второй способ, который использует технологии распознавания лиц, больших данных, искусственного интеллекта, чтобы предотвратить незаконное использование несовершеннолетними родительских аккаунтов или арендованных у других людей учетных записей, ограничивать время онлайн-игры в зависимости от информации об идентификации личности.

Например, популярные среди несовершеннолетних онлайн-игры, такие как Honor of Kings и Genshin Impact, предоставляют каждому подростку по одному часу ежедневного доступа только в пятницу, субботу, воскресенье и в праздничные дни. Кроме того, платформы онлайн-игр создали родительский надзор, открыли линии службы поддержки для несовершеннолетних и запустили системы возврата средств, что обеспечивает родителям удобство и помощь в воспитании.

Интернет-платформы могут использовать преимущества технологии больших данных, алгоритмов и искусственного интеллекта для персонализированного анализа значительного объема информации и избегания универсального режима. Платформы онлайн-игр способны оценить риск интернет-зависимости для подростков в зависимости от игрового контента, увеличивая время для интеллектуальных игр и сокращая – для игр, которые неблагоприятно влияют на молодых людей, а также снижая их продвижение.

Индивиды также являются привратниками медиаинформации в новой медийной среде, где каждый человек выступает производителем, распространителем и получателем информации. Медиасреда формируется в процессе наших действий при просмотре, публикации и комментировании информации. Каждый пользователь онлайн-услуг оказывает непосредственное влияние на информацию, которой подвергаются молодые люди в контексте медиатизированной коммуникации.

Таким образом, в эпоху новых медиа, особенно в обществе медиатизации, каждый человек должен действовать в соответствии с

требованиями законодательства и пользовательского соглашения, исполнять свои обязанности и нести ответственность за свои действия при взаимодействии в Интернете, в том числе взаимодействовать цивилизованно и выражать свои мысли рационально. «Поскольку многие люди не только потребители контента, но и производители и распространители контента, медиавлияние на общество и культуру становится общей социальной ответственностью каждого человека»¹⁷⁶. Участие индивидов в интернет-процессах требует соблюдения законов, нормативных актов и социальной этики. Люди также могут активно участвовать в экологическом регулировании содержания информации в Интернете в качестве создателей медиасреды и наблюдать за нарушениями и негативной информацией путем подачи жалоб.

Выводы по главе 3

Исследованы и сгруппированы меры регулирования, основанные на рассмотрении сложностей социализации подростков в среде цифровых медиа. Подростки чаще подвергаются воздействию вредного контента в результате развития медиатехнологий и широкого использования цифровых устройств. Обилие и фрагментация медиаконтента способны привести к информационной перегрузке, что может стать причиной тревожности и умственной усталости.

Онлайн-мошенничество, методы сбора личной информации и формы кибернасилия, которые обновляются с помощью цифровых технологий, повышают сложность сферы кибербезопасности.

Наряду с цифровыми медиа, зависимость от СМК, цифровая поляризация и цифровой разрыв между поколениями превратились в социальные проблемы. Разработана модель корректировки, основанная на

¹⁷⁶Дженкинс Г., Ито М., Бойд Д. Культура участия в сетевую эпоху: разговор о молодежи, обучении, коммерции и политике / пер. с англ. Гао Фанфан. Ханчжоу: Изд-во Чжэцзянского университета, 2017. 224 с. (参与的胜利:网络时代的参与文化)

участии общественных институтов, государственном регулировании и саморегулировании интернет-бизнеса, однако правовая система и вовлечение родителей все еще нуждаются в укреплении.

Социальные институты, школы, родители и подростки должны улучшить обучение медиаграмотности в плане пребывания в медиaprостранстве в сочетании с новыми медиатехнологиями в связи с разрушением родительского авторитета, ослаблением доминирования социальной организации и различиями между виртуальным и реальным мирами, вызванными изменениями в социальной среде.

Подтверждено, что использование новых медиа для стимулирования социализации подростков указывает на необходимость участия сетевых привратников, коими в медиатизированной коммуникационной среде являются правительство, регулирующие органы, сетевые операторы и индивиды. Рекомендовано разработать и усовершенствовать нормативные акты по регулированию новых меди. Регулирующие органы от правительства, отрасли и общества должны обеспечить выполнение нормативных актов; сетевые операторы могут использовать алгоритмы, большие данные, искусственный интеллект и новые технологии для снижения сложности новой медиасреды; индивидам следует повышать свою социальную ответственность и соблюдать законы, нормативные акты и социальный этикет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Одно из ключевых понятий данной диссертации – *новые медиа*. В результате исследования автором были выявлены все аспекты этого понятия в контексте медиасистемы Китая, выявлены и осмыслены факторы, обусловившие непосредственную связь новых медиа с понятием *социализация подростков*. Новые медиа «одновременно являются и каналом распространения контента, и средой его производства; не существуют без цифровых технологических платформ, привязанных к экрану; содержание для них создается в цифровой форме, что значительно облегчает и скорость, и масштабы его распространения, а также процессы создания и «переупаковки»; интерактивны, предполагают большую селективность со стороны аудитории и высокую индивидуализацию процесса потребления, давая аудитории возможность принять участие в создании и преобразовании контента»¹⁷⁷. В этих положениях суть трансформации первичной социализации цифровой молодёжи — традиционные институты социализации (семья, система образования, идеологические институты и др.) уступают первенство глобальному медиaprостранству, где вместо однонаправленной модели коммуникации (передача знаний от субъекта к объекту) действует разнонаправленная сетевая (от субъектов субъектам), медиатексты получают трансмедийное расширение и обретают поликодовость. В контексте этих преобразований изменились модели социализации молодёжи.

Цель диссертационной работы была достигнута в результате анализа поликодового содержания медиадискурса — обосновано влияния цифровых средств массовой коммуникации на социализацию современных китайских подростков, систематизированы способы и инструменты нейтрализации рисков в медиатекстах интернет-пространства Китая. Положения основных теорий воздействия медиа были классифицированы и ранжированы в качестве базы

¹⁷⁷ Цит. по: Вартанова, Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: МГУ, 2019. С. 43.

для междисциплинарной теории социализации подростков в эпоху глубокой медиатизации в контексте теории коммуникаций; это послужило основой для хронологического компаративного обзора социологических и психологических теорий.

Развитие медиатехнологий приводит к изменению модели медиакоммуникации, в результате чего поле действия и социальное поле распространяются в киберпространство и формируют культуру общества и мышление людей. Молодое поколение (цифровые аборигены) находится на жизненно важном этапе формирования личности и когнитивного развития, при этом их цифровое существование во многом определяет ценности, образ мышления и действия в реальной жизни. Ценности китайских подростков отличаются от ценностей, образа мышления и действий их родителей (цифровых иммигрантов), прошедших первичную социализацию в семье и школе, а не в медиaproстранстве (медиа социализация).

Влияние СМИ на социализацию подростков демонстрирует схожие тенденции в большинстве стран, однако существуют различия, которые зависят от влияния различных национальных культур под воздействием языка и социального контекста. Основными целями применения новых медиа китайскими подростками являются обучение, развлечения, межличностное общение и покупки. Тот факт, что обучение является основной потребностью, объяснимо: подростки находятся на стадии школьного образования, с одной стороны, и влиянием китайской модели социального образования, с другой. Новые медиа дают им больше информации и расширяют горизонты, каналы межличностного общения, удовлетворяют их потребности в контенте, социальных отношениях и услугах. Киберпространство стало для подростков свободным пространством для самопрезентации, самоопределения и построения цифровой идентичности.

В результате онлайн-общения интернет-язык, характеризующийся простыми формами и смешанной семантикой, быстро распространился и вошел в систему повседневного дискурса китайских подростков в

интерактивном контексте, тем самым вызывая социальную озабоченность и опасения, что интернет-язык наносит ущерб языковой системе. Сами подростки, вписанные в медиaprостранство, не считают, что интернет-язык влияет на их письменную языковую систему, и полагают, что интернет-язык может обогатить и оживить повседневное общение. Например, зародившийся в комментариях медиаплатформы Danmaku интернет-сленг распространяется и популяризируется, его культурные символы используются творческими индустриями, анимационными и музыкальными фестивалями, СМИ Китая.

Вследствие сложности медиаконтента, онлайн-безопасности и цифровых технологий подрастающее поколение Китая подвержено рискам медиазависимости, информационной перегрузки, негативного контента, кибернасилия. Ценности молодежи, самопрезентация и выбор карьеры в некоторой степени подвержены негативному влиянию контента на платформах социальных сетей и видеороликов. Ответственность за решение таких проблем лежит не только на самих подростках, хотя они способны объективно воспринимать положительные и отрицательные последствия использования цифровых устройств и медиаконтента для их зрения, сна, осанки и других физиологических аспектов. Социальная среда и обучение медиаграмотности могут быть сдерживающими элементами в реагировании на многочисленные сложности в экосистеме цифровых медиа.

С одной стороны, необходимо обновить концепцию и метод обучения медиаграмотности. В процессе обучения медиаграмотности необходимо следующее:

обращать внимание на подростков как *действующих лиц* в медиатизированном обществе, культивировать их способность к приобретению, анализу, оценке, отбору и применению информации, к рациональному мышлению; признать важность медиаграмотности в социальном, школьном и семейном образовании,

повысить медиаграмотность учителей и родителей и участие родителей в обучении медиаграмотности их детей, поощрять общение между подростками, школами и семьями;

для формирования партисипативной, открытой и интерактивной практики воспитания медиаграмотности в учебный процесс должны быть включены новые медиатехнологии.

С другой стороны, важно улучшить законодательную базу для защиты молодежи, усилить регулирование информационного контента в Интернете и улучшить защиту личной информации несовершеннолетних.

В сегодняшней сложной экосистеме медиа использование новых медиа для содействия социализации молодежи требует участия *сетевых привратников*, которыми могут выступать отдельные люди, регулирующие организации, операторы сетевых платформ и государственные ведомства.

В последние годы правительство Китая приняло ряд новых законов и нормативных актов, регулирующих новые интернет-СМИ, а регулирующие органы под руководством правительства внесли значительный вклад в развитие позитивной экологии СМИ, контролируя и принимая специальные меры против нежелательного контента и нарушений на платформах социальных сетей, веб-трансляций и коротких видео, а также создавая и корректируя внутренний механизм контроля в индустрии новых СМИ. Это имело положительный эффект, но при этом привело к слишком пассивному построению и корректировке *внутреннего механизма контроля* в индустрии новых медиа. Индустрия новых медиа должна *взять на себя инициативу внутри отрасли* по созданию отраслевого надзорного органа и разработать соответствующие отраслевые надзорные меры в свете фактической ситуации.

Операторы и пользователи сетевых платформ, исследовательские институты и высшие учебные заведения Китая создают отраслевые надзорные органы, чтобы сформировать стабильный механизм надзорной деятельности с общественными надзорными органами, и используют новые технологии, такие как алгоритмы, большие данные и искусственный

интеллект, чтобы уменьшить возникающие в среде новых медиа сложности. Необходимо укреплять чувство социальной ответственности, соблюдать законы и правила, а также социальную этику, чтобы играть долгосрочную роль в управлении и формировать *общественный консенсус*.

В Китае предложены и внедрены собственные государственно-общественные меры регулирования рисков, при этом автор полагает, что китайский опыт может стать точкой отсчёта для стран, развивающихся в пространстве аналогичной институциональной матрицы: особым образом организованная взаимосвязь базовых институтов, регулирующих функционирование основных общественных подсистем — экономики, политики и идеологии (по Кирдиной). Будущие исследования могут быть посвящены сравнительным межкультурным изысканиям с целью изучения специфических дифференциальных проявлений влияния новых медиа на социализацию подростков в различных культурных контекстах.

Таким образом, проведённое исследование имеет реальные перспективы дальнейшего развития на международном уровне, в том числе в контексте развития российско-китайских отношений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Литература и источники на русском языке

1. Березин, В.М. Экранная коммуникация в современном информационном обществе: учеб. Пособие / В. М. Березин, И. И., Волкова, А. А. Грабельников. – М.: РУДН, 2009. – 347 с.
2. Будовская, Ю. В. Распространение медиаконтента в социальных медиа и социальных сетях. Теория игр против виральности / Ю. В. Будовская, И. И. Волкова // Вестник Московского государственного университета культуры . – 2012. – № 5. – С. 69–74.
3. Вартанова, Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е. Л. Вартанова. – М.: МГУ, 2019. – 224 с.
4. Вартанова, Е.Л. Цифровое общество: новые приоритеты СМИ и активные аудитории / Е. Л. Вартанова // Медийно-информационная грамотность в России: дорога в будущее. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2015. – С. 35–47.
5. Вартанова, Е. Л. «Человек медийный» – новая ступень эволюции или приложение к гаджету? / Е. Л. Вартанова // Наука и жизнь. – 2015, 3 декабря. URL: <https://www.nkj.ru/open/27523/> (дата обращения: 18.01.2023).
6. Волкова, И. И. Интегративный подход к измерению эффективности контента новых медиа / И. И. Волкова, Д. А. Гужвий // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2017. – Т. 22.– № 3. – С. 532 –543.
7. Волкова, И. И. Экранные массмедиа и экология человека: от зачаровывания к присоединению / И. И. Волкова, Н. М. Лазутова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2017. – Т. 212. – № 12. – С. 106–111.
8. Выготский, Л. С. Инструментальный метод в психологии: учебное пособие / Л. С. Выготский. – М.: Педагогика, 1982. – С. 103–108.

9. Глебова, Е. А. Влияние компьютерных технологий на развитие молодежной субкультуры / Е. А. Глебова // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – № 3. – С. 135–138.
10. Девятова, И. Е. Медиа социализация детей и подростков / И. Е. Девятова // Медиа как фактор адаптации человека к социальным, экономическим и политическим изменениям: сборник материалов Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 20–22 апреля 2023 г.). – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2023. – С. 331–335.
11. Дунас, Д. В. Медиа и социализация: первичная, вторичная или самосоциализация? Опыт изучения медиапотребления «цифровой молодежи» России / Д. В. Дунас // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2022. – № 78. – С. 200–224.
12. Дунас, Д. В. Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. / Д. В. Дунас // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2016. – № 1. – С. 103–119.
13. Дунас, Д. В. Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей / Д. В. Дунас // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2017. – № 3. – С. 3–16.
14. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России / И. М. Дзялошинский. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 312 с.
15. Жилавская, И. В. Медиаобразование: парадигмальный подход / И. В., Жилавская, В. В. Тулупов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. – 2017. – № 1. – С. 36–40.
16. Карабанова, О. А. Риски информационной социализации как проявление кризиса современного детства / О. А. Карабанова // Вестник Московского университета. – 2020. – № 14. – С. 4–22.

17. Кирдина, С. Г. Институциональные матрицы и развитие России: введение в X-Y-теорию / С. Г. Кирдина. – СПб.: Нестор-Истор., 2014. – 468 с.
18. Коханова, Л. А. Становление медиаобразования в России как результат взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества / Л. А. Коханова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Филологические науки. – 2018. – № 1. – В 2х т. – Т.1. – С. 116–124.
19. Круглова, Л.А. Медиапотребление видеоконтента цифровым поколением / Л.А. Круглова // Медиаскоп. – 2019. – Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2542> (дата обращения: 22.09.2019).
20. Кружкова, О. В. Личностные особенности подростков, юношей и молодежи, вовлеченных в среду Интернет. Зоны уязвимости для экстремистского воздействия в условиях цифровизации / О. В. Кружкова, И. В. Воробьева // Вестник Моск. университета. – 2019. – № 14. – С. 160–185.
21. Пронин, Е. И. Медиапсихология: новейшие информационные технологии и феномен человека: учебное пособие / Е. И. Пронин, Е. Е. Пронина, Е. И. Сычев. – М.: Общественные науки и современность, 2013. – 153 с.
22. Пронин, Е. И. Медиапсихология: новейшие информационные технологии и феномен человека / Е. И. Пронин, Е. Е. Пронина // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 15–161.
23. Пронина, Е. Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы / Е. Е. Пронина. – М.: Институт человека, 2011. – 45 с.
24. Пронина, Е. Е. Пользовательский контент в текстах российских онлайн-СМИ о травмогенных событиях / Е. Е. Пронина, М. Н. Королева // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2022. – № 4. – С. 21–46.
25. Солдатова, Г. У. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики. Психология /С. У. Солдатова, А. Е. Войскунский // Журнал Высшей школы экономики. – 2021. – № 18. – С. 431–450.

26. Сухоруков И. С. Подростковые сообщества в социальных сетях как фактор формирования этнокультурной идентичности личности: риски социализации поколения «Z» / И. С. Сухоруков // Гуманизация образовательного пространства: материалы Международного форума. – Саратов: Саратовский университет, 2021. – С. 390–400.
27. Таюпова, О. И. Лингвистические аспекты теории коммуникации / О. И. Таюпова, Л. Г. Юсупова // Вестник Башкирского университета. – 2014. Т. 19. – № 2. – С. 561–565.
28. Тё, О. Е. Лингвокультурологические особенности современной социальной рекламы в Китае / О. Е. Тё, Д. В. Тринько // Гуманитарный вестник. Электронный журнал. – 2022. – № 4(96).
29. Тулупов, В. В. Медиаобразование в эпоху «Постправды» / В. В. Тулупов // Вопросы журналистики. – 2020. – № 8. – С. 16–26.
30. Тулупов, В.В. Эффективность публицистического текста и речевая агрессия / В. В. Тулупов, Е. М. Бебчук // Вопросы журналистики. – 2023. – № 13. – С. 70–79.
31. Федоров, А. В. Медиа, медиаактивность и медиаобразование / А.В. Федоров // Медиаобразование. – 2013. – № 3. – С. 111–116.
32. Фортунатов, А. Н. Ответственность и достоинство личности в эпоху «новых медиа» / А. Н. Фортунатов // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2013. – № 4 (2). – С. 243–245.
33. Хочунская, Л. В. Средства массовой информации в условиях ценностного хаоса / Л. В. Хочунская, Т. В. Казарова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 77–82.
34. Человек как субъект и объект медиапсихологии. – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. – 824 с.
35. Шариков, А. В. Проблемы возрастной маркировки на российских телеканалах / А. В. Шариков, Е. Л. Проскурнова, Л. Кандакжи // Вестник

Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2018. – Т. 23. – № 4 – С. 428–440.

Диссертации и авторефераты на русском языке

36. Ван Сюй. Роль китайских СМИ в формировании политической культуры общества. Автореферат дисс. на соиск. уч. ст. канд. социолог. наук: 22.00.05. – СПб., 2016.– 27 с.
37. Ван Юе. Специфика, проблемы и перспективы развития китайских видеопорталов в международной коммуникации. Автореф. дисс. канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 2016. – 18 с.
38. Кильпеляйнен Е. С. Трансформация профессиональных компетенций журналиста в период цифровизации медиaprостранства. Дис...канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 2019. – 194 с.
39. Лю Пэн. Управление формированием ценностных приоритетов молодежи в медиaprостранстве Китая. Автореф. дисс. канд. социолог. наук: 22.00.08. – М., 2013. – 31 с.

Литература и источники на английском языке

40. Algavi, L. From The Silent House meme to The Blue Whale-Game: the storyworld's transformation /L. Algavi, I. Volkova, Sh. Kadyrova, N. Rastorgueva // Conference: 4th International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences & Arts SGEM. – 2017.
41. Alheneidi, H. The influence of information overload and problematic internet use on adults wellbeing: doctoral dissertation / H. Alheneidi. – Cardiff University, 2019.
42. Andersen, J. Now you've got the shiveries: affect, intimacy, and the ASMR whisper community / J. Andersen // Television New Media. – 2015. – Vol. 16. – No. 8. – Pp. 683–700.

43. Arnett, J. J. G. Stanley Hall's Adolescence: Brilliance and nonsense / J. J. Arnett // *History of Psychology*. – 2006. – Vol. 9. – No. 3. – Pp. 186–197.
44. Asp, K. News media logic in a new institutional perspective / K. Asp // *Journalism Studies*. – 2014. – Vol. 15. – No. 3. – Pp. 256–270.
45. Bailyn, L. Mass media and children: a study of exposure habits and cognitive effects / L. Bailyn // *Psychological Monographs: General and Applied*. – 1959. – Vol. 73. – No. 1. – P. 1.
46. Bandura, A. Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses / A. Bandura // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1965. – Vol. 1. – No. 6. – P. 589.
47. Barry, C. T. Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives / C. T. Barry, C. L. Sidoti, S. M. Briggs, S. R. Reiter, R. A. Lindsey // *Journal of Adolescence*. – 2017. – Vol. 61. – Pp. 1–11.
48. Barzilai-Nahon, K. Gatekeeping: a critical review / K. Barzilai-Nahon // *Annual Review of Information Science and Technology*. – 2009. – Vol. 43. – No. 1. – Pp. 1–79.
49. Barzilai-Nahon, K. Toward a theory of network gatekeeping: a framework for exploring information control / K. Barzilai-Nahon // *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. – 2008. – Vol. 59. – No. 9. – Pp. 1493–1512.
50. Bates, A. “Let me do what I please with it... Don't decide my identity for me”: LGBTQ+ youth experiences of social media in narrative identity development / A. Bates, T. Hobman, B. T. Bell // *Journal of Adolescent Research*. – 2020. – Vol. 35. – No. 1. – Pp. 51–83.
51. Bauerlein, M. The dumbest generation: how the digital age stupefies young Americans and jeopardizes our future (or, don't trust anyone under 30) / M. Bauerlein. – New York, NY: Jeremy P. Tarcher/Penguin, 2008.
52. Belk, R. Extended self and the digital world / R. Belk // *Current Opinion in Psychology*. – 2016. – Vol. 10. – Pp. 50–54.

53. Bensley, L. Video games and real-life aggression: review of the literature / L. Bensley, J. Van Eenwyk // *Journal of Adolescent Health*. – 2001. – Vol. 29. – No. 4. – Pp. 244–257.
54. Berger, M.N. Corrigendum to: social media’s role in support networks among LGBTQ adolescents: a qualitative study / M.N. Berger, M. Taba, J. L. Marino, M. S. Lim, S. C. Cooper, S. R. Skinner // *Sexual Health*. – 2021. – Vol. 18. – No. 5. – Pp. 421–431.
55. Boyd, D. *It's complicated: the social lives of networked teens* / D. Boyd. – Yale University Press, 2014.
56. Boyd, D. Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life / D. Boyd // *Youth, Identity, and Digital Media (The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning)* / ed. by D. Buckingham. – Cambridge, MA: MIT Press, 2008. – Pp. 119–142.
57. Bradley, K. Internet lives: social context and moral domain in adolescent development / K. Bradley // *New Directions for Youth Development*. – 2005. – Vol. 2005. – No. 108. – Pp. 57–76.
58. Bronfenbrenner, U. Nature-nuture reconceptualized in developmental perspective: a bioecological model / U. Bronfenbrenner, S. J. Ceci // *Psychological Review*. – 1994. – Vol. 101. – No. 4. – P. 568.
59. Brubaker, R. Digital hyperconnectivity and the self / R. Brubaker // *Theory and Society*. – 2020. – Vol. 49. – No. 5. – Pp. 771–801.
60. Buckingham, D. *Digital generations: children, young people, and the new media* / D. Buckingham, R. Willett. – Routledge, 2013.
61. Cao, X. Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: an S-O-R perspective / X. Cao, J. Sun // *Computers in Human Behavior*. – 2018. – Vol. 81. – Pp. 10–18.
62. Castells, M. A network theory of power / M. Castells // *International Journal of Communication*. – 2011. – Vol. 5. – Pp. 773–787.

63. Castells, M. *Communication power* / M. Castells. Oxford University Press Publ., 2013.
64. Cheung, C. *Online disinhibition: conceptualization, measurement, and relation to aggressive behaviors* / C. Cheung, R. Y. M. Wong, T. K. H. Chan // *Proceedings of the 37th International Conference on Information Systems (ICIS)*. – Dublin, 2016. – <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0509>
65. Cookingham, L. M. *The impact of social media on the sexual and social wellness of adolescents* / L. M. Cookingham, G. L. Ryan // *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*. – 2015. – Vol. 28. – No. 1. – Pp. 2–5.
66. Cooley, C. H. *Looking-glass self* / C. H. Cooley // *The Production of Reality: Essays and Readings on Social Interaction*. – 1902. – Vol. 6. – Pp. 126–128.
67. Corbett, J. B. *Women, scientists, agitators: magazine portrayal of Rachel Carson and Theo Colborn* / J. B. Corbett // *Journal of Communication*. – 2001. – Vol. 51. – No. 4. – Pp. 720–749.
68. Costa, C. *To be or not to be, the importance of digital identity in the networked society* / C. Costa, R. Torres // *Educação, Formação & Tecnologias*. – 2011. – Special issue. – Pp. 47–53.
69. Craig, S. L. *You can form a part of yourself online: the influence of new media on identity development and coming out for LGBTQ youth* / S. L. Craig, L. McInroy // *Journal of Gay & Lesbian Mental Health*. – 2014. – Vol. 18. – No. 1. – Pp. 95–109.
70. DeFleur, M. L. *Theories of mass communication* / M. L. DeFleur, S. Ball-Rokeach. – New York: Logman Inc., 1982.
71. Erikson, E. H. *Identity and the life cycle* / E. H. Erikson. – W. W. Norton & Company, 1994.
72. Floridi, L. *The fourth revolution: how the infosphere is reshaping human reality* / L. Floridi. – OUP Oxford, 2014. – 248 p.

73. Foley, L.S. Presleep activities and time of sleep onset in children / L. S. Foley, R. Maddison, Y. Jiang, S. Marsh, T. Olds, K. Ridley // *Pediatrics*. – 2013. – Vol. 131. – No. 2. – Pp. 276–282.
74. Fox, J. Queer identity online: informal learning and teaching experiences of LGBTQ individuals on social media / J. Fox, R. Ralston // *Computers in Human Behavior*. – 2015. – Vol. 65. – Pp. 635–642.
75. Funk, J. B. Reevaluating the impact of video games / J. B. Funk // *Clinical Pediatrics*. – 1993. – Vol. 32. – No. 2. – Pp. 86–90.
76. Goffman, E. Presentation of self in everyday life / E. Goffman // *American Journal of Sociology*. – 1949. – Vol. 55. – Pp. 6–7.
77. Gray, N. J. Health information-seeking behaviour in adolescence: the place of the internet / N. J. Gray, J. D. Klein, P. R. Noyce, T. S. Sesselberg, J. A. Cantrill // *Social Science Medicine*. – 2005. – Vol. 60. – No. 7. – Pp. 1467–1478.
78. Greenfield, P. Children, adolescents, and the Internet: a new field of inquiry in developmental psychology / P. Greenfield, Z. Yan // *Developmental Psychology*. – 2006. – Vol. 42. – No. 3. – P. 391.
79. Grossman, D. Stop teaching our kids to kill: a call to action against TV, movie video game violence / D. Grossman, G. De Gaetano. – Crown Publishers, 1999.
80. Ha, J. H. Depression and Internet addiction in adolescents / J. H. Ha, S. Y. Kim, S. C. Bae, H. Kim, M. Sim, S. C. Cho // *Psychopathology*. – 2007. – Vol. 40. – No. 6. – Pp. 424–430.
81. Hepp, A. Deep mediatization / A. Hepp. – Routledge, 2020.
82. Hermans, H. J. The construction and reconstruction of a dialogical self / H. J. Hermans // *Journal of Constructivist Psychology*. – 2003. – Vol. 16. – No. 2. – Pp. 89–130.
83. Hjarvard, S. The mediatization of culture and society / S. Hjarvard. – Routledge, 2013.
84. Ito, M. Hanging out, messing around, and geeking out: kids living and learning with new media / M. Ito. – Cambridge, MA: MIT Press, 2013.

85. Jenkins, H. Textual poachers: television fans and participatory culture / H. Jenkins. – Routledge, 2012.
86. Johnson, G. A conceptual framework for understanding the effect of the Internet on child development: the ecological techno-subsystem / G. Johnson, K. Puplampu // Canadian Journal of Learning and Technology. – 2008. – Vol. 34. – No. 1. – Pp. 19–28.
87. Jowett, G. S. Children and the movies: media influence and the Payne Fund controversy / G. S. Jowett, I. C. Jarvie, K. H. Fuller // Philosophy of the Social Sciences. – 1998. – Vol. 28. – Pp. 155–157.
88. Jurgenson, N. The Facebook eye / N. Jurgenson // The Atlantic. – 2012, January 13. URL: <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/01/the-facebook-eye/251377/>
89. Kaltiala-Heino, R. Internet addiction? Potentially problematic use of the Internet in a population of 12–18-year-old adolescents / R. Kaltiala-Heino, T. Lintonen, A. Rimpelä // Addiction Research Theory. – 2004. – Vol. 12. – No. 1. – Pp. 89–96.
90. Keating, D. P. Cognitive and brain development / D. P. Keating // Handbook of Adolescent Psychology / ed. by R. M. Lerner, L. Steinberg. – John Wiley & Sons, Inc., 2004. – Pp. 45–84.
91. Kemp, S. Digital around the World in April 2020 / S. Kemp. – 2020, April 23. – We Are Social Ltd. – URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2020/04/digital-around-the-world-in-april-2020> (accessed: 06.05.2020).
92. Kirsh, S.J. Media and youth: a developmental perspective / S.J. Kirsh. – Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009.
93. Kohlberg, L. Development of moral character and moral ideology / L. Kohlberg // Review of Child Development Research. – 1964. – Vol. 1. – Pp. 383–431.
94. Kraut, R. Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well-being? / R. Kraut, M. Patterson, V. Lundmark,

- S. Kiesler, T. Mukophadhyay, W. Scherlis // *American Psychologist*. – 1998. – Vol. 53. – No. 9. – Pp. 1017.
95. Lange, D. *Mass media and violence: a report to the National Commission on the Causes and Prevention of Violence* / D. Lange, R. K. Baker, S. Ball-Rokeach. – US Government Printing Office, 1969.
96. Lenhart, A. *Teenage life online: the rise of the instant-message generation and the internet's impact on friendships and family relationships* / A. Lenhart, L. Rainie, O. Lewis. – Washington, DC: Pew Internet & American Life Project, 2001.
97. Lewin, K. *Frontiers in group dynamics: II. Channels of group life; social planning and action research* / K. Lewin // *Human Relations*. – 1947. – Vol. 1. – No. 2. – Pp. 143–153.
98. Lin, S. S. *Sensation seeking and internet dependence of Taiwanese high school adolescents* / S. S. Lin, C. C. Tsai // *Computers in Human Behavior*. – 2002. – Vol. 18. – No. 4. – Pp. 411–426.
99. Livingstone, S. *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies* / S. Livingstone // *The Communication Review*. – 2004. – Vol. 7. – No. 1. – Pp. 3–14.
100. Logan, R. K. *McLuhan's philosophy of media ecology: an introduction* / R. K. Logan // *Philosophies*. – 2016. – Vol. 1. – No. 2. – Pp. 133–140.
101. Luyckx, K. *Processes of personal identity formation and evaluation* / K. Luyckx, S. J. Schwartz, L. Goossens, W. Beyers, L. Missotten // *Handbook of Identity Theory and Research*. – New York, NY: Springer, 2011. – Pp. 77–98.
102. Marcia, J. E. *Identity in adolescence* / J. E. Marcia // *Handbook of Adolescent Psychology*. – 1980. – Vol. 9. – No. 11. – Pp. 159–187.
103. Martin, K. *Electronic overload: the impact of excessive screen use on child and adolescent health and wellbeing* / K. Martin. – Perth: Department of Sport and Recreation, 2011.
104. McLuhan, M. *Understanding media: the extensions of man* / M. McLuhan. – Cambridge, MA: MIT Press, 1994.

105. Mead, G. H. *Mind, self, and society* / G.H. Mead. – Chicago: University of Chicago Press, 1934.
106. Mesch, G. S. Social relationships and Internet use among adolescents in Israel / G. S. Mesch // *Social Science Quarterly*. – 2001. – Vol. 82. – No. 2. – Pp. 329–339.
107. Meyrowitz, J. *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior* / J. Meyrowitz. – Oxford University Press, 1986.
108. Moshman, D. *Adolescent psychological development: rationality, morality, and identity* / D. Moshman. – Psychology Press, 2005.
109. Naito, A. Internet suicide in Japan: implications for child and adolescent mental health / A. Naito // *Clinical Child Psychology and Psychiatry*. – 2007. – Vol. 12. – No. 4. – Pp. 583–597.
110. Negroponte, N. *Being digital* / N. Negroponte. – New York: Knopf, 1995.
111. Nie, N. H. Sociability, interpersonal relations, and the Internet: reconciling conflicting findings / N. H. Nie // *American Behavioral Scientist*. – 2001. – Vol. 45. – No. 3. – Pp. 420–435.
112. O’Sullivan, P. B. Masspersonal communication: a model bridging the mass-interpersonal divide / P. B. O’Sullivan, C. T. Carr // *New Media Society*. – 2018. – Vol. 20. – No. 3. – Pp. 1161–1180.
113. Pearl, D. *Television and behavior: ten years of scientific progress and implications for the eighties* / D. Pearl, J. B. Lazar, L. Bouthilet. – US Department of Health and Human Services, Public Health Service, Alcohol, Drug Abuse, and Mental Health Administration, National Institute of Mental Health, 1982.
114. Peter, J. Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet / J. Peter, P. M. Valkenburg, A. P. Schouten // *CyberPsychology & Behavior*. – 2005. – Vol. 8. – No. 5. – Pp. 423–430.
115. Peterson, R. C. The effect of motion pictures on the social attitudes of high school children. / R. C. Peterson, L. L. Thurstone. – Edwards Brothers, 1932.
116. Piaget, J. *Piaget’s theory* / J. Piaget. – New York: Longman, 1976.

117. Pollner, M. The end(s) of ethnomethodology / M. Pollner // *The American Sociologist*. – 2012. – Vol. 43. – No. 1. – Pp. 7–20.
118. Poole, M.E. Careers: adolescent awareness and exploration of possibilities for self / M. E. Poole, G. H. Cooney // *Journal of Vocational Behavior*. – 1985. – Vol. 26. – No. 3. – Pp. 251–263.
119. Postman, N. *The end of education: redefining the value of school* / N. Postman. – Vintage, 2011. – P. 192.
120. Pronina, E. E. (2014). Media psychology: modern man and nonlocality of psyche / E. E. Pronina // *Psychology in Russia*. – 2014. – Vol. 7. – P. 75.
121. Pronina, E. E. The new media and the evolution of the human psyche / E. E. Pronina // *Psychology in Russia: State of the Art*. – 2018. – Vol. 11. – No. 2. – Pp. 148–160.
122. Prot, S. Video games: good, bad, or other / S. Prot, K. A. McDonald, C. A. Anderson, D. A. Gentile // *Pediatric Clinics*. – 2012. – Vol. 59. – No. 3. – Pp. 647–658.
123. Rideout, V. J. *Generation M2: Media in the lives of 8-to 18-year-olds* / V. J. Rideout, U. G. Foehr, D. F. Roberts. – Henry J. Kaiser Family Foundation, 2010.
124. Rideout, V. *Social media, social life: teens reveal their experiences* / V. Rideout, M. B. Robb. – San Francisco, CA: Common Sense Media, 2018.
125. Rosen, L.D. Media and technology use predicts ill-being among children, preteens and teenagers independent of the negative health impacts of exercise and eating habits / L. D. Rosen, A. F. Lim, J. Felt, L. M. Carrier, N. A. Cheever, J. M. Lara-Ruiz, J. Rokkum // *Computers in Human Behavior*. – 2014. – Vol. 35. – Pp. 364–375.
126. Rosenberg, J. Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook / J. Rosenberg, N. Egbert // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 2011. – Vol. 17. – No. 1. – Pp. 1–18.

127. Rushton, J. P. Television and prosocial behavior / J. P. Rushton / *Television and Behavior. Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties.* – 1982. – Vol. 2. – Pp. 248–257.
128. Salmon, E. *Juvenile literature as it is* / E. Salmon. – London: Henry J. Drane, 1888.
129. Schouten, A. P. Precursors and underlying processes of adolescents' onlineself-disclosure: developing and testing an “Internet-attribute-perception” model /A. P. Schouten, P. M. Valkenburg, J. Peter // *Media Psychology.* – 2007. – Vol. 10. – No. 2. – Pp. 292–315.
130. Schramm, W. *Television in the lives of our children* / W. Schramm, J. Lyle, E. B. Parker. – Stanford University Press, 1961.
131. Schramm, W. *Television in the lives of our children* / W. Schramm. – Stanford: Stanford University Press, 1965.
132. Sharma, K. Influence of media exposure on vocational interest among adolescents / K. Sharma // *International Journal of Applied Research.* – 2015. – Vol. 1. – No. 10. – Pp. 30–33.
133. Shearon A. *Milestones in mass communication research: media effects* / A. Shearon, L. Melvin. – New York: Longman, 1983. – P. 382.
134. Siddiqui, S. Social media its impact with positive and negative aspects / S. Siddiqui, T. Singh // *International Journal of Computer Applications Technology and Research.* – 2016. – Vol. 5. – No. 2. – Pp. 71–75.
135. Siomos, K. E. Internet addiction among Greek adolescent students / K. E. Siomos, E. D. Dafouli, D. A. Braimiotis, O. D. Mouzas, N. V. Angelopoulos // *CyberPsychology & Behavior.* – 2008. – Vol. 11. – No. 6. – Pp. 653–657.
136. Steinberg, L. The vicissitudes of autonomy in early adolescence / L. Steinberg, S. B. Silverberg // *Child Development.* – 1986. – Vol. 57. – No. 4. – Pp. 841–851.
137. Strasburger, V. C. *Children, adolescents, and the media* / V. C. Strasburger, M. J. Hogan, D. A. Mulligan, N. Ameenuddin, D. A. Christakis, C. Cross, C. McCarthy // *Pediatrics.* – 2013. – Vol. 132. – No. 5. – Pp. 958–961.

138. Susman, E. J. Puberty and psychological development / E. J. Susman, A. Rogol // Handbook of adolescent psychology. – Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2004. – Pp. 15–44.
139. Tapscott, D. Growing up digital / D. Tapscott. – San Francisco: McGraw-Hill Companies, 1998.
140. Tsai, C. C. Internet addiction of adolescents in Taiwan: an interview study / C. C. Tsai, S. S. Lin // CyberPsychology & Behavior. – 2003. – Vol. 6. – No. 6. – Pp. 649–652.
141. Turkle, S. Alone together: why we expect more from technology and less from each other / S. Turkle. – New York: Basic Books, 2011.
142. Valkenburg, P. M. Social consequences of the Internet for adolescents: a decade of research / P. M. Valkenburg, J. Peter // Current Directions in Psychological Science. – 2009. – Vol. 18. – No. 1. – Pp. 1–5.
143. Wartella, E. Historical trends in research on children and the media: 1900–1960 / E. Wartella, B. Reeves // Journal of Communication. – 1985. – Vol. 35. – Pp. 118–133. – <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1985.tb02238.x>
144. Waterman, A. S. Eudaimonic identity theory: identity as self-discovery / A. S. Waterman // Handbook of Identity Theory and Research. – New York, NY: Springer, 2011. – Pp. 357–379.
145. Whitlock, J. L. The virtual cutting edge: the Internet and adolescent self-injury / J. L. Whitlock, J. L. Powers, J. Eckenrode // Developmental Psychology. – 2006. – Vol. 42. – No. 3. – P. 407.
146. Yang, J. Deviant peer affiliation and adolescents' cyberbullying perpetration: online disinhibition and perceived social support as moderators / J. Yang, N. Wang, L. Gao, X. Wang // Children and Youth Services Review. – 2021. – Vol. 127. – 106066. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2021.106066>

Литература и источники на китайском языке

147. 王光荣:发展心理学研究的两种范式 — 皮亚杰与维果茨基认知发展理论比较研究 (= Ван, Гуанрун. Сравнительное исследование теорий когнитивного развития Пиаже и Выготского / Гуанрун Ван // Вестник Хуачжунского нормального университета (гуманитарные и социальные науки). – 2014. – № 5. – С. 164–169.)
148. 王润泽,杨璇:数字自我崛起下的存在焦虑分析(= Ван, Рунцзе. Анализ экзистенциальной тревоги в условиях роста цифрового я / Рунцзе Ван, Сюань Ян // Друг редактора. – 2022. – № 5. – С. 37–48.)
149. 伍静:中美传播学早起的建制史与反思 (=Ву, Цзин. История становления и размышления о раннем подъеме коммуникации в Китае и США / Цзин Ву. – Цзинань: Шаньдунское народное изд-во, 2011. – 198 с.)
150. 欧文·戈夫曼:日常生活中的自我呈现 (=Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман; пер. с англ. Фэн Ган. Пекин: Изд-во Пекинского университета, 2008. С. 214.)
151. 亨利·詹金斯,伊藤瑞子,丹娜·博伊德:参与的胜利:网络时代的参与文化 (=Дженкинс, Г. Культура участия в сетевую эпоху: разговор о молодежи, обучении, коммерции и политике / Г. Дженкинс, М. Ито, Д. Бойд; пер. с англ. Гао Фанфан. – Ханчжоу: Изд-во Чжэцзянского университета, 2017. – 224 с.)
152. 乔治·赫伯特·米德:心灵,自我与社会(=Мид, Дж. Разум, я и общество / Дж. Мид; пер. с англ. Чжао Юэсэ. – Шанхай: Шанхайское издательство переводов, 2008. – 456 с.)
153. 邸子桓,吕明臣:信息生态视域下网络语言信息传播机制研究(= Ди, Цзыхуань. Исследование механизма распространения онлайн-языковой информации в контексте информационной экологии / Цзыхуань Ди, Миньчжэнь Лью // Интеллектуальная наука. – 2021. – № 39 (01). – С. 28–34.)
154. 麦克卢汉:理解媒介 (=Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. с англ. Даокуань Хэ. – Пенкин: Изд-во коммерческой прессы, 2000. – 151 с.)

155. 彭兰:新媒体用户研究 — 节点化、媒介化、赛博格化的人(= *Пэн, Лань*. Исследование пользователей новых медиа: узловый, опосредованный, киборгизированный человек / Лань Пэн. – Пекин: Изд-во Китайского народного университета, 2020. – 400 с.)
156. 弗兰克·凯尔奇:信息媒体革命(= *Коэльш, Ф.* Инфомедийная революция / Ф. Коэльш; пер. с англ. Шэнь Цзэхуа. – Шанхай: Шанхайское издательство переводов, 1998. – 439 с.)
157. 尤瓦尔·赫拉利:今日简史(= *Харари, Ю.* 21 урок для XXI века / Ю. Харари; пер. с англ. Линь Цзюньхун. – Пекин: Международная китайская инвестиционная корпорация по управлению имуществом, 2018. – 333 с.)
158. 林晓珊:改革开放四十年来的中国家庭变迁:轨迹、逻辑与趋势(= *Линь, Сяошань*. Изменения в китайских семьях за последние сорок лет реформ и открытости: траектории, логика и тенденции / Сяошань Линь // Женские исследования. – 2018. – № 5. – С. 52–69.)
159. 刘晓倩:网络文化对青少年道德认知发展的负面影响及其对策(= *Лю, Сяоцян*. Негативное влияние интернет-культуры на морально-когнитивное развитие подростков и меры борьбы с ним / Сяоцян Лю // Современная наука об образовании. – 2010. – № 21. – С. 57–60.)
160. 彭兰:“新媒体”概念界定的三条线索(= *Пэн, Лань*. Три момента для определения понятия «новые медиа» / Лань Пэн // Журналистика и коммуникационные исследования. – 2016. – № 3. – С. 120–125.)
161. 唐维红, 唐胜宏, 刘志华主编:移动互联网蓝皮书:中国移动互联网发展报告(2022)(= *Тан, Вэйхун*. Синяя книга мобильного интернета / Вэйхун Тан, Шэнхун Тан, Лю Чжихуа // Отчет о развитии мобильного интернета в Китае. – Пекин: Изд-во общественно-научной литературы, 2022.)
162. 方勇, 季为民, 沈杰, 杨斌艳, 季琳, 叶俊主编:青少年蓝皮书:中国未成年人互联网运用报告(2022)(= *Фан, Юн*. Синяя книга для подростков / Юн Фан, Вэйминь Цзи, Цзе Шэнь, Биньян Ян, Линь Цзи, Цзюнь Е // Отчет об

использовании Интернета несовершеннолетними китайцами. – Пекин: Изд-во научной литературы, 2021. – 358 с.)

163. 季为民,沈杰,杨斌艳,季琳主编:青少年蓝皮书:中国未成年人互联网运用报告(2018–2022) (= Цзи, Вэйминь. Синяя книга молодежи: отчет об использовании Интернета несовершеннолетними китайцами (2018–2022 гг.) / Вэйминь Цзи, Цзе Шэнь, Биньян Ян, Линь Цзи. – Пекин: Изд-во общественно-научной литературы, 2023.)

164. 孙玮:传播:编织关系网络 — 基于城市研究的分析(= Сунь, Вэй. Коммуникация: плетение сетей взаимоотношений – анализ на основе городских исследований / Вэй Сунь // Университет журналистики. – 2013. – № 3. – С. 1–12.)

165. 谢玉进,胡树祥:网络自我的本质:数字自我(= Сэй, Юйцзинь. Сущность кибернетического я: цифровое я / Юйцзинь Сэй, Шусян Ху // Исследование по диалектике природы. – 2018. – № 5. – С. 117–122.)

166. 徐鹏,曲政:移动互联网时代青少年碎片化阅读及其应对策略 (= Сюй, Пэн. Подростковое фрагментированное чтение в эпоху мобильного интернета и его стратегии преодоления / Пэн Сюй, Чжэн Цюй // Справочник по политическому обучению в средних школах. – 2020. – № 77. – С. 88–91.)

167. 张杰:通过陌生性去沟通:陌生人与移动网时代的网络身份/认同 — 基于“个体化社会”的视角(= Чжан, Цзе. Общение через странность: незнакомцы и онлайн-идентичность/идентичность в эпоху мобильного интернета – перспектива, основанная на «индивидуализированном обществе» / Цзе Чжан // Международная журналистика. – 2016. – № 1. – С. 102–119.)

168. 余安邦,杨国枢:社会取向成就动机与自我取向成就动机:概念分析与实证研究 (= Юй, Аньбан. Социально ориентированная мотивация достижения и личностно ориентированная мотивация достижения: концептуальный анализ и эмпирическое исследование / Аньбан Юй, Гошу Ян // Труды Института этнологии, Академия Синика. – 1987. – № 64. – С. 51–98.)

169. 中华人民共和国国家互联网信息办公室:国家网信办曝光一批涉未成年人电信网络诈骗典型案例(= Администрация киберпространства Китая выявила ряд распространенных случаев детского мошенничества в телекоммуникационных сетях / Администрация киберпространства Китая. – 2022, 8 августа. – URL: http://www.cac.gov.cn/2022-08/08/c_1661598811963807.htm (дата обращения: 08.02.2023).)
170. 中华人民共和国国家互联网信息办公室:网络信息内容生态治理规定(= Положение об экологическом управлении информационным содержанием Сети / Администрация киберпространства Китая. – 2019, 20 декабря. – URL: http://www.cac.gov.cn/2019-12/20/c_1578375159509309.htm (дата обращения: 23.02.2023).)
171. 中华人民共和国国家互联网信息办公室:互联网用户账号信息管理规定(= Положение об управлении учетной информацией пользователей Интернета / Администрация киберпространства Китая. – 2022, 27 июня. – URL: http://www.cac.gov.cn/2022-06/26/c_1657868775042841.htm (дата обращения: 25.02.2023).)
172. 中华人民共和国中央人民政府:互联网信息服务算法推荐管理规定(= Административные положения по рекомендации алгоритмов информационных служб Интернета / Центральное народное правительство Китайской Народной Республики. – 2022, 26 ноября. – URL: http://www.gov.cn/zhengce/2022-11/26/content_5728941.htm (дата обращения: 25.02.2023).)
173. 全国人民代表大会:中华人民共和国个人信息保护法(= Закон КНР о защите личной информации / Всекитайское собрание народных представителей. – 2021, 20 августа. – URL: <http://www.npc.gov.cn/npc/c30834/202108/a8c4e3672c74491a80b53a172bb753fe.shtml> (дата обращения: 25.02.2023).)
174. 国家统计局:第七次全国人口普查公报(第二号)(Бюллетень седьмой национальной переписи населения / Государственное бюро статистики. – 2021, 11

мая. – URL:
http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202105/t20210511_1817197.html (дата обращения: 26.05.2022).)

175. 中国互联网络信息中心:第 50 次中国互联网络发展状况统计报告(= 50-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае / Китайский информационный интернет-центр. – 2022. – URL:
<https://www.cnnic.cn/NMediaFile/2022/0926/MAIN1664183425619U2MS433V3V.pdf>(дата обращения: 08.08.2021).)

176. 中华人民共和国中央人民政府:国家互联网信息办公室关于未成年人网络保护条例(征求意见稿)再次公开征求意见的通知(= Уведомление Государственного управления интернет-информации о «Положении о защите несовершеннолетних в Интернете (проект для комментариев)» вновь доступно для публичных комментариев / Центральное народное правительство Китайской Народной Республики. – 2022. – URL:
http://www.gov.cn/xinwen/2022-03/14/content_5678971.htm (дата обращения: 20.09.2022).)

177. 中华人民共和国中央人民政府:“十四五”国家信息化规划(= 14-й Пятилетний план национальный план информатизации / Центральное народное правительство Китайской Народной Республики. – 2022. – URL:
http://www.cac.gov.cn/2021-12/27/c_1642205314518676.htm (дата обращения: 20.09.2022).)

178. 腾讯一年净利 2248.2 亿元, 微信及 WeChat 月活达 12.68 亿 (= Годовая чистая прибыль Tencent составила 224,82 млрд юаней, месячная активность WeChat достигла 12,68 млн пользователей // Цайши Медиа. – 2022, 23 марта. – URL:
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1728083239740512855&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 08.08.2022).)

179. 沉迷与轻信, 网络暴力低龄化, 媒体聚焦青少年媒介素养如何提升(= Зависимость и доверчивость, кибернасилие в более молодом возрасте,

СМИ сосредоточены на том, как повысить медиаграмотность молодых людей / The Paper. – 2020, 18 сентября. – URL: https://m.thepaper.cn/baijiahao_9235444 (дата обращения: 25.08.2022.).

180. 这些“黄毒”刹不住，毁的是孩子 (= Если эти «желтые яды» не будут разрушены, дети будут уничтожены // Китайская молодежная газета. – 2021, 14 апреля. – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1696914329081649894&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 08.02.2023).)

181. QuestMobile2020 跨平台 KOL 生态研究报告 (= QuestMobile 2020. Кроссплатформенный отчет по исследованию экологии KOL // The Paper. – 2020, 30 июля. – URL: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_8488780 (дата обращения: 30.06.2022).)

182. 5420359 次出现!“爷青回”凭什么成为 B 站年度弹幕? (= 5420359 раз! Что делает «молодость деда возвращается» ежегодным комментарием Danmaku на Bilibili.com? // Bilibili.com. – 2022, 1 декабря. – URL: <https://www.bilibili.com/read/cv8618527/> (дата обращения: 22.12.2022).)

183. 从云村走上央视,05 后音乐人 Vicky 宣宣是怎么火起来的? (= От NetEase CloudMusic до центрального телевидения Китая, как загорелся музыкант Vicky 宣宣? // Китайская молодежная сеть. – 2021, 7 мая. – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1699077045802402338&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 07.12.2022).)

184. 国家卫生健康委员会 2019 年 4 月 29 日例行新闻发布会文字实录 (=Стенограмма очередной пресс-конференции Национальной комиссии по здравоохранению 29 апреля 2019 года // Сайт правительства Китая. – 2022. – URL: <http://www.nhc.gov.cn/xcs/s7847/201904/e9117ea8b6b84f48962e84401d305292.shtml> (дата обращения: 08.08.2021).)

185. 面对网络风险,青少年媒介素养如何提升 (= Как повысить медиаграмотность подростков перед угрозой сетевых рисков // Гуанмин Дэйли. – 2020, 18 сентября. – URL:

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1678118853867821817&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 25.08.2022).)

186. 青少年模式如何“好用爱用” (= Как режим подростка «хорошо работает и нравится в использовании» // Жэньминь жибао. – 2023, 16 января. – URL: <http://society.people.com.cn/n1/2023/0116/c1008-32606994.htm> (дата обращения: 27.02.2023).)

187. 令人深恶痛绝的网络暴力何时休(= Когда прекратится отвратительное кибернасилие?! // The Paper. – 2023, 24 февраля. – URL: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_22060141 (дата обращения: 10.02.2023).)

188. 腾讯安全助力“阳光跟帖”打造全民晴朗网络空间(= Компания Tencent помогает создать чистое киберпространство для каждого // Центральная радиотелевизионная сеть. – 2016, 19 сентября. – URL: http://tech.cnr.cn/techgd/20160919/t20160919_523144817.shtml (дата обращения: 22.09.2022).)

189. 加强网络素养教育, 织密网络保护安全网(= Повышение уровня сетевой грамотности и создание сети безопасности // Китайская молодежная сеть. – 2021, 17 августа. – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1708288299661193561&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 08.08.2022).)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Вопросник по использованию новых медиа среди подростков

1. Пол

	Количество, человек	%
Мужчины	110	 43,82
Женщины	141	 56,18
Количество действительных записей	251	

2. Возраст

	Количество, человек	%
11–13 лет	7	 2,79
13–15 лет	71	 28,29
15–17 лет	140	 55,78
17–19 лет	33	 13,15
Количество действительных записей	251	

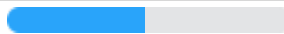
3. Какое электронное устройство вы обычно используете? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Настольный компьютер	50	 19,92
Ноутбук	42	 16,73
Планшет	26	 10,36
Смартфон	222	 88,45
Другие	9	 3,59
Количество действительных записей	251	

4. У вас есть свой смартфон, планшет или ноутбук?

	Количество, человек	%
Есть	156	 62,15
Нет	95	 37,85
Количество действительных записей	251	

5. Родители указывают вам время и частоту использования новых медиа?

	Количество, человек	%
Да	123	 49

Нет	40		15,94
Это зависит от ситуации	88		35,06
Количество действительных записей	251		

6. Как долго вы используете гаджеты каждый день?

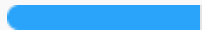

	Количество, человек	%	
Менее 1 часа	23		9,16
1–2 часа	60		23,9
2–3 часа	50		19,92
Более 3 часов	94		37,45
Только по выходным	61		24,3
Количество действительных записей	251		

7. Когда вы часто используете гаджеты?

	Количество, человек	%	
Любое время	41		16,33
После школы	41		16,33
Выходные и праздничные дни	169		67,33
Количество действительных записей	251		

8. Для чего вы используете электронные устройства? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%	
Общение (обмен сообщениями, просмотр обновлений у друзей, комментирование)	169		67,33
Просмотр анимации	17		6,77
Обучение (доступ к учебным ресурсам, онлайн-курсам, приобретение новых навыков)	194		77,29
Просмотр фильмов и сериалов	97		38,65
Просмотр видеороликов и прямых трансляций	59		23,51
Бытовые услуги (еда на вынос, вызов такси и т. п.)	27		10,76
Покупки	70		27,89
Получение информации	63		25,1
Игры	79		31,47

Прослушивание музыки	172	 68,53
Другое	24	 9,56
Количество действительных записей	251	

9. Вы играете в онлайн-игры?

	Количество, человек	%
Да	119	 47,41
Нет	132	 52,59
Количество действительных записей	251	


10. В какую электронную игру вы играете чаще всего?

11. С кем вы обычно играете в игры? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
В одиночестве	51	 42,86
С друзьями по игре	46	 38,66
С друзьями и сверстниками	69	 57,98
С братьями и сестрами	28	 23,53
С родителями	3	 2,52
С другими	7	 5,88
Количество действительных записей	119	

12. Как вы думаете, какое позитивное влияние оказывают на вас новые медиа?

[Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Получить больше информации	204	 81,27
Поддерживать связь с одноклассниками, друзьями и семьей	201	 80,08
Доступ к дополнительным учебным ресурсам (онлайн-курсы и т. п.)	199	 79,28
Найти друзей или группы по интересам на онлайн-платформе	83	 33,07
Поделиться своим настроением и показать себя	102	 40,64
Развлечение и отдых	157	 62,55
Расширить свои знания	149	 59,36

Другое	13	5.18
Количество действительных записей	251	

13. Какое негативное влияние новые медиа оказывают на вас? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Нежелательные покупки	97	38,65
Влияние на зрение	205	81,67
Замкнутость, нежелание общаться лицом к лицу	52	20,72
Зависит от смартфона	168	66,93
Нарушает нормальную учебу и жизнь	121	48,21
Рассеивает внимание	149	59,36
Другие	12	4,78
Количество действительных записей	251	

14. С какой угрозой вы столкнулись при использовании новых медиа? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Фейковые новости	183	72,91
Информация о насилии	100	39,84
Всплывающая реклама	181	72,11
Порнография	102	40,64
Мошенничество	152	60,56
Другие	29	11,55
Количество действительных записей	251	

15. Получаете ли вы мошенническую информацию?

	Количество, человек	%
Да	114	45,42
Нет	137	54,58
Количество действительных записей	251	

16. К кому вы обратитесь за помощью, получив сообщение о мошенничестве? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Родителям	191	76,1
Сверстникам, друзьям	101	40,24
Учителям	51	20,32
Друзьям, знакомым по Интернету	10	3,98

Никому	30		11,95
Другим	26		10,36
Количество действительных записей	251		

17. Страдали ли вы от кибербуллинга?

	Количество, человек	%
Никогда	156	62,15
Один или два раза	58	23,11
Время от времени	33	13,15
Часто	3	1,2
Постоянно	1	0,4
Количество действительных записей	251	

18. Какую личную информацию вы раскрываете в социальных сетях и других приложениях? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Имя	98	39,04
Пол	191	76,1
Возраст	146	58,17
Школа	29	11,55
Информация о группе и курсе в учебном заведении	8	3,19
E-mail	9	3,59
Фотографии себя, друзей или семьи	23	9,16
Домашний адрес	5	1,99
Аккаунт социальных сетей	94	37,45
Другое	22	8,76
Количество действительных записей	251	

19. Откуда вы узнаете новости и актуальную информацию? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Телевидение	186	74,1
Интернет	211	84,06
У учителей	51	20,32
У родителей, родственников	73	29,08
У сверстников или друзей	62	24,7
Газеты	37	14,74
Радио	42	16,73
Другое	21	8,37
Количество действительных записей	251	

20. Верите ли вы новостям из Интернета?

	Количество, человек	%
Совсем нет	5	1,99
Не очень	71	28,29
Не уверен	88	35,06
Относительно	86	34,26
Полностью	1	0,4
Количество действительных записей	251	

21. Проводились ли в вашей школе образовательные мероприятия по кибербезопасности?

	Количество, человек	%
Да	211	84,06
Нет	40	15,94
Количество действительных записей	251	

22. Что вы узнали из образовательных мероприятий по кибербезопасности?

23. Необходимо ли медиаобразование?

	Количество, человек	%
Крайне необходимо	166	66,14
Необходимо	67	26,69
Точно сказать не могу	11	4,38
Необязательно	5	1,99
Совершенно не нужно	2	0,8
Количество действительных записей	251	

24. Кто твой кумир? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Знаменитости	134	53,39
Ученые	73	29,08
Бизнес-элита	65	25,9
Родители, учителя, родственники	68	27,09
Кинозвезды	92	36,65
Персонажи в играх и аниме	36	14,34
Персонажи в кино и сериалах	36	14,34
Блогеры, интернет-знаменитости	11	4,38
Другое	33	13,15

Количество действительных записей

251

25. По какой причине он(а) стал вашим кумиром? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Внешний вид и темперамент	92	36,65
Харизма	111	44,22
Личные достижения и социальный вклад	188	74,9
Одаренность	184	73,31
Другое	28	11,16
Количество действительных записей	251	

26. Что вы думаете о влиянии новых медиа на вас и ваших друзей? Оно положительное или отрицательное?

27. Вы когда-нибудь пытались сократить проводимое в Интернете время? Как избежать негативного влияния новых медиа на себя?

**Вопросник по влиянию новых медиа на социализацию подростков
(версия для родителей, учителей)**

1. Вы родитель или учитель ребенка?

	Количество, человек	%
Родитель	179	 91,79
Учитель	16	 8,21
Количество действительных записей	195	

2. У вашего ребенка/ученика есть свой смартфон, планшет или ноутбук?

	Количество, человек	%
Есть	141	 72,31
Нет	49	 25,13
Не знаю точно	5	 2,56
Количество действительных записей	195	

3. Как вы думаете, как долго они используют электронные устройства, такие как смартфоны и планшеты, каждый день?

	Количество, человек	%
Менее 1 часа	85	 43,59
1–2 часа	64	 32,82
2–3 часа	27	 13,85
Более 3 часов	19	 9,74
Количество действительных записей	195	

4. Вы запрещаете им использовать электронные устройства или ограничиваете время их использования?

	Количество, человек	%
Да	96	 49,23
Нет	18	 9,23
Зависит от ситуации	81	 41,54
Количество действительных записей	195	

5. Какова основная цель использования смартфонов, планшетов и других электронных устройств у вашего ребенка/ученика? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Поиск информации и материалов	149	 76,41
Общение с друзьями, сверстниками и семьей	120	 61,54

Просмотр страниц в социальных сетях	65	33,33
Просмотр фильмов, сериалов, анимации и др.	62	31,79
Игры	52	26,67
Прослушивание музыки	98	50,26
Просмотр видеороликов или прямых трансляций (TikTok и др.)	34	17,44
Обучение (онлайн-курсы и др.)	128	65,64
Чтение электронных книг	31	15,9
Бытовые услуги (онлайн-шоппинг, заказ еды и др.)	54	27,69
Другое	10	5,13
Количество действительных записей	195	

6. Какое положительное влияние оказывают новые медиа на ваших детей/учеников?

[Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Получение большего объема информации	148	75,9
Поддержание связи с семьей, друзьями и одноклассниками	125	64,1
Доступ к дополнительным образовательным ресурсам	108	55,38
Расширение знаний и мышления	134	68,72
Самопрезентация	48	24,62
Развлечение и отдых	96	49,23
Развитие собственных хобби	70	35,9
Ценностная ориентация и мировоззрение	55	28,21
Другое	8	4,1
Количество действительных записей	195	

7. Как вы думаете, с какими рисками сталкиваются ваши дети/ученики при использовании новых медиа? [Вопрос с альтернативными ответами.]

	Количество, человек	%
Игровая аддикция	145	74,36
Материалы для взрослых (насилие, порнография, курение и т. п.)	93	47,69
Нежелательные покупки, покупки игр или игрового оборудования	67	34,36

Утечка личной информации	76		38,97
Интернет-мошенничество	69		35,38
Кибербуллинг	65		33,33
Зависимость от смартфонов	142		72,82
Другое	11		5,64
Количество действительных записей	195		

8. В какой степени новые средства массовой информации влияют на повседневную жизнь детей? Прокомментируйте приведенные ниже варианты (от положительного к отрицательному воздействию: 2, 1, 0, -1, -2). [Вопрос по матричной шкале.]

	2	1	0	-1	-2	Средний балл
Отношение с семьей	64 (32,82 %)	57 (29,23 %)	32 (16,41 %)	34 (17,44 %)	8 (4,1 %)	0,69
Общение с одноклассниками, учителями, родственниками и друзьями	59 (30,26 %)	82 (42,05 %)	32 (16,41 %)	16 (8,21 %)	6 (3,08 %)	0,88
Внимание	34 (17,44 %)	34 (17,44 %)	33 (16,92 %)	71 (36,41 %)	23 (11,79 %)	-0,08
Память	40 (20,51 %)	34 (17,44 %)	44 (22,56 %)	52 (26,67 %)	25 (12,82 %)	0,06
Установление идеальности	40 (20,51 %)	59 (30,26 %)	46 (23,59 %)	40 (20,51 %)	10 (5,13 %)	0,41
Самодисциплина	31 (15,9 %)	38 (19,49 %)	35 (17,95 %)	58 (29,74 %)	33 (16,92 %)	-0,12
Настроение	30 (15,38 %)	45 (23,08 %)	43 (22,05 %)	49 (25,13 %)	28 (14,36 %)	0
Зрение, деформация позвоночника	23 (11,79 %)	13 (6,67 %)	23 (11,79 %)	90 (46,15 %)	46 (23,59 %)	-0,63
Качество сна	26 (13,33 %)	15 (7,69 %)	35 (17,95 %)	77 (39,49 %)	42 (21,54 %)	-0,48
Итого	347 (19,77 %)	377 (21,48 %)	323 (18,4 %)	487 (27,75 %)	221 (12,59 %)	0,08

9. Испытывал ли когда-либо ваш ребенок/ученик кибербуллинг?

	Количество, человек	%
Да	15	
Нет	127	
Не знаю	53	
Количество действительных записей	195	

10. Проводились ли в школе мероприятия для родителей, обучающие их направлять детей на правильное использование новых медиа?

	Количество, человек	%
Да	112	
Нет	50	

Не знаю	33		16,92
Количество действительных записей	195		

11. Необходимо ли обществу или школе проводить мероприятия для родителей, чтобы научить детей правильно использовать новые медиа?

	Количество, человек	%
Крайне необходимо	142	72,82
Необходимо	36	18,46
Не уверен	7	3,59
Необязательно	8	4,1
Совершенно не нужно	2	1,03
Количество действительных записей	195	

12. Как вы думаете, новые медиа оказывают в большей степени позитивное или негативное влияние на подростков?
