

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теоретической и социальной философии

Цифровые технологии как агент конструирования социальной реальности

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 211 группы направления 47.04.01 Философия
(профиль «Цифровое общество и технологическая этика»)
философского факультета Ломовцевой Елизаветы Ивановны

Научный руководитель
доктор философских
наук, профессор
кафедры теоретической
и социальной философии _____

Д. С. Артамонов

Заведующий кафедрой
теоретической и социальной философии
кандидат философских наук, доцент _____

С. А. Данилов

Саратов 2026

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современное общество существует в условиях стремительно развивающейся цифровой медиасреды, в которой процессы производства, распространения и потребления информации приобретают принципиально новые характеристики. Медиа перестают выполнять исключительно функцию передачи сообщений и все чаще выступают в качестве самостоятельной среды конструирования социальной реальности. В результате восприятие общественных процессов, социальных проблем и ценностных ориентиров оказывается тесно связано с логикой функционирования медиасистемы.

Цифровизация коммуникации привела к существенному расширению возможностей воздействия на общественное сознание. Если ранее основными агентами формирования общественного мнения выступали традиционные средства массовой информации, то сегодня к ним добавляются стриминговые платформы, социальные сети, онлайн-кинотеатры и другие цифровые каналы распространения контента. В подобных условиях особую значимость приобретают формы медиапроизводства, ориентированные не только на информирование или развлечение аудитории, но и на достижение конкретных социальных изменений.

Одним из наиболее заметных явлений современной медиакультуры становится импакт-контент. Его отличительной особенностью выступает ориентация на социальный эффект, который предполагает изменение знаний, установок, ценностей или практик аудитории. Среди различных видов импакт-контента особое место занимает импакт-кино, поскольку именно кинематограф обладает уникальным потенциалом эмоционального вовлечения и способен воздействовать одновременно на рациональный и чувственный уровни восприятия.

Значимость импакт-кино обусловлена тем, что оно объединяет возможности художественного повествования с решением социальных задач. Через истории конкретных героев зрителю предлагаются интерпретации

общественных проблем, формируются определенные модели восприятия и способы их осмысления. В результате кино становится не только отражением социальной реальности, но и фактором ее конструирования.

Особую актуальность данная проблематика приобретает в условиях медиатизации общественной жизни. Распространение цифровых технологий приводит к тому, что восприятие социальной реальности все чаще опосредуется медиаобразами. В этих условиях исследование механизмов воздействия импакт-кино позволяет выявить особенности формирования общественного сознания и определить роль аудиовизуального контента в современных коммуникационных процессах.

Кроме того, актуальность исследования определяется недостаточной разработанностью феномена импакт-кино в отечественной научной литературе. Несмотря на растущий интерес к проблемам медиатизации, медиаэффектов и цифровой коммуникации, импакт-кино чаще рассматривается как частный случай социально ориентированного контента, тогда как его специфические механизмы воздействия и роль в формировании социальной реальности требуют отдельного комплексного анализа.

Дополнительную актуальность исследованию придает изменение характера взаимодействия между аудиторией и медиаконтентом. Если в рамках традиционной модели коммуникации зритель выступал преимущественно пассивным получателем сообщения, то цифровая среда предоставляет ему возможность участвовать в распространении, интерпретации и переосмыслении контента. Обсуждения фильмов в социальных сетях, создание пользовательских рецензий, публикация тематических материалов и участие в общественных инициативах позволяют зрителям становиться активными участниками коммуникационного процесса. В результате социальный эффект фильма формируется не только в момент просмотра, но и в процессе дальнейшего коллективного обсуждения.

Следует учитывать и то обстоятельство, что в условиях информационной перегрузки внимание аудитории становится одним из наиболее дефицитных

ресурсов. Конкурируя с огромным количеством информационных сообщений, импакт-кино вынуждено использовать особые механизмы удержания внимания и эмоционального вовлечения. Именно поэтому исследование его воздействия приобретает значение не только для медиатеории, но и для практики создания социально ориентированного контента, способного сохранять эффективность в условиях цифровой конкуренции за внимание пользователя.

Степень разработанности проблемы. Теоретическую основу исследования составляют работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные изучению медиа, коммуникации и процессов социального конструирования реальности.

Теоретическая база исследования представлена трудами отечественных и зарубежных исследователей, посвященных медиатизации, медиалогике, теории фрейминга, установлению повестки дня и медиаэффектам. Значительный вклад в исследование процессов медиатизации внесли Н. Коулдри и А. Хепп¹, рассматривавшие медиа как структурирующий элемент современной социальной реальности. Вопросы медиалогии получили развитие в работах Д. Алтейда², исследовавшего влияние медиаформатов на способы восприятия информации. Теория установления повестки дня была разработана М. Маккоумсом и Д. Шоу³, изучавшими влияние медиа на формирование общественного внимания к социальным проблемам. Концепция фрейминга получила развитие в трудах Э. Гофмана⁴ и Р. Энтмана⁵, анализировавших механизмы интерпретации социальной действительности посредством медиа. Отдельные аспекты медиаэффектов и эмоционального воздействия медиаконтента рассматривались в работах Дж. Гербнера⁶, П. Бурдые⁷ и других исследователей.

¹ Couldry, N., Hepp A. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge, MA, Polity, 2017. 256 p.

² Altheide, D. *Media logic*. Beverly Hills, Calif. : Sage Publications, 1979. 256 p.

³ McCombs, D. Shaw. *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36, №2. 176-187 p.

⁴ Goffman, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

⁵ Entman R. M. Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43, № 4. 51–58 p.

⁶ Gerbner, G. *Cultivation Analysis: An Overview*. *Mass Communication and Society* . 1998. № 3/4. 175–194 p.

Вместе с тем анализ научной литературы показывает, что проблема импакт-кино как инструмента формирования социальной реальности остается недостаточно изученной. В большинстве работ внимание уделяется либо социальному воздействию кино в целом, либо отдельным аспектам медиакommunikации. Комплексное рассмотрение импакт-кино в контексте цифровой медиасреды встречается сравнительно редко, что определяет научную значимость настоящего исследования.

Объектом исследования является процесс формирования социальной реальности в контексте цифровой медиасреды.

Предмет исследования – импакт-кино как форма медиакommunikации.

Цель исследования – изучение кино как инструмента формирования социальной реальности и выявления его потенциала.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- 1) Проанализировать роль цифровых технологий в конструировании социальной реальности;
- 2) Рассмотреть импакт-контент как особую форму медиапрактики социального воздействия;
- 3) Исследовать механизмы эмоционального вовлечения и идентификации в импакт-кино;
- 4) Оценить потенциал импакт-кино в формировании социальной реальности.

Теоретико-методологическая основа исследования представлена системным подходом, теориями медиатизации, концепциями медиаэффектов, а также теориями установления повестки дня и фрейминга.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. Уточнено место импакт-кино в системе современного импакт-контента.

⁷ Bourdieu, P. The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature. Cambridge: Polity Press, 1993. 322 p.

2. Выявлены основные эмоциональные и ценностные механизмы воздействия импакт-кино.

3. Определена роль идентификации как ключевого механизма формирования импакт-эффекта.

4. Показана взаимосвязь между медиатизацией социальной реальности и распространением социально ориентированного аудиовизуального контента.

5. Раскрыт потенциал импакт-кино как инструмента формирования общественного дискурса в цифровой медиасреде.

Полученные результаты позволяют дополнить существующие представления о механизмах медиавоздействия в условиях цифровой коммуникации. Особенность исследования заключается в попытке объединить теоретические подходы к медиатизации, медиаэффектам и социальному конструированию реальности с анализом современных практик производства импакт-контента. Такой подход способствует более комплексному пониманию места социально ориентированного кинематографа в современной медиасистеме.

Теоретическая значимость исследования состоит в расширении представлений о механизмах медиавоздействия в условиях цифровой коммуникации.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его результатов в деятельности медиапроизводителей, образовательных организаций, некоммерческих структур и исследователей медиа.

Структура работы включает введение, две главы, заключение и список использованных источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность исследования, дается формулировка объекта и предмета исследования, характеризуется уровень разработанности проблемы, также формулируются цель и задачи исследования,

положения научной новизны. Обосновываются методологическая основа исследования, теоретическая и практическая значимость работы. Описывается структура работы.

В первой главе «Теоретические основания исследования импакт-кино в цифровой медиасреде» рассматриваются основные подходы к пониманию медиатизации социальной реальности и анализируется феномен импакт-контента.

В первом параграфе первой главы **§1 «Социальная реальность в условиях цифровизации и медиатизации»** раскрываются особенности медиатизации как процесса, в рамках которого медиа становятся важнейшим фактором организации социальной жизни. Показывается, что современная реальность все чаще воспринимается через медиапосредников, а общественные представления формируются в условиях постоянного взаимодействия с цифровыми платформами и информационными потоками.

Особое внимание уделяется концепции медиалогии, согласно которой способы организации медиасообщений оказывают непосредственное влияние на характер восприятия социальной реальности. Подчеркивается, что медиасреда не только отражает общественные процессы, но и активно участвует в их конструировании.

Во втором параграфе первой главы **§2 «Импакт-контент как медиапрактика социального влияния»** анализируется феномен импакт-контента. Отмечается, что его специфика заключается в ориентации на достижение измеримого социального эффекта. В отличие от традиционного развлекательного контента импакт-проекты изначально проектируются как инструменты социальных изменений.

Особое внимание уделяется импакт-кино как наиболее сложной форме импакт-контента. Делается вывод о том, что кинематограф обладает уникальными возможностями сочетания эмоционального воздействия, визуальной выразительности и нарративного потенциала.

Во второй главе «Импакт-кино в системе социального воздействия цифровых медиа» рассматриваются механизмы влияния импакт-кино на аудиторию и анализируется его потенциал в формировании социальной реальности.

В первом параграфе второй главы **§1 «Эмоциональные и ценностные механизмы воздействия импакт-кино»** исследуются эмоциональные и ценностные механизмы воздействия импакт-кино. Установлено, что ключевую роль играют процессы эмоционального вовлечения и идентификации. Через сопереживание персонажам зритель получает возможность воспринимать социальные проблемы как лично значимые.

На основе анализа фильмов «Текст», «Аритмия», «Чудо», «Семья побыстрому», «CODA», а также российских социальных проектов «Трудные подростки», «Новенький» и кампании #ЭТОНЕЛЕЧИТСЯ показано, что эффективность воздействия определяется не только содержанием произведения, но и особенностями его художественного воплощения.

Отдельное внимание уделяется деятельности Международного фестиваля социального кино «ЛАМПА», а также зарубежным инициативам в сфере импакт-продюсирования. Показано, что импакт-кино все чаще становится частью комплексных социальных кампаний, объединяющих кинопроизводство, образовательные программы и общественные инициативы.

Во втором параграфе второй главы **§2 «Потенциал импакт-кино в формировании социальной реальности»** выявлено, что воздействие подобных проектов осуществляется поэтапно: от эмоционального отклика к когнитивному осмыслению, а затем к возможным изменениям установок и поведения.

На основе теории установления повестки дня показано, что импакт-кино способствует привлечению общественного внимания к социальным проблемам. В рамках теории фрейминга раскрывается роль интерпретационных рамок, определяющих способы восприятия зрителями представленных тем.

Особое внимание уделяется влиянию цифровой медиасреды. Отмечается, что алгоритмы платформ, социальные сети и стриминговые сервисы становятся дополнительными участниками процессов медиавоздействия. Они определяют доступность контента, масштабы его распространения и характер общественного обсуждения.

Вместе с тем выявляются ограничения импакт-воздействия. Подчеркивается, что эмоциональный отклик не всегда приводит к долгосрочным изменениям поведения. Эффективность воздействия зависит от уровня медиаграмотности аудитории, культурного контекста, повторяемости сообщений и институциональной поддержки.

В результате делается вывод о том, что импакт-кино представляет собой многокомпонентный механизм социального воздействия, функционирующий на пересечении эмоциональных, когнитивных и коммуникативных процессов.

В **Заключении** подводятся итоги проведенной работы, формулируются выводы и намечаются перспективы дальнейшего исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило рассмотреть импакт-кино как значимый элемент современной цифровой медиасреды и выявить его роль в формировании социальной реальности.

Установлено, что развитие процессов медиатизации приводит к усилению влияния медиа на общественное сознание и механизмы интерпретации социальной действительности. В этих условиях импакт-кино становится одной из наиболее эффективных форм социально ориентированного медиаконтента.

Анализ показал, что воздействие импакт-кино основано на сочетании эмоциональных, когнитивных и коммуникативных механизмов. Особую роль играют идентификация и эмпатия, обеспечивающие высокий уровень вовлеченности аудитории.

Выявлено, что импакт-эффект может проявляться как в изменении отношения к социальным проблемам, так и в формировании новых моделей поведения. Однако подобные изменения зависят от множества факторов и

требуют дополнительной поддержки со стороны общественных институтов и медиасреды.

Исследование показало, что импакт-кино не только отражает социальную реальность, но и активно участвует в ее конструировании. Через механизмы установления повестки дня и фрейминга оно способствует формированию общественного дискурса, влияя на способы восприятия и интерпретации социальных явлений.

Особенно важным представляется тот факт, что в условиях цифровой медиасреды воздействие фильма не ограничивается рамками художественного произведения. После завершения просмотра медиатекст продолжает существовать в пространстве социальных сетей, интернет-платформ и общественных дискуссий. Благодаря этому происходит расширение аудитории и формирование новых интерпретаций содержания, что существенно увеличивает продолжительность и масштабы социального воздействия. Таким образом, импакт-кино функционирует не как отдельный медиапродукт, а как элемент более широкой коммуникационной экосистемы.

Вместе с тем выявлена двойственная природа импакт-воздействия. С одной стороны, оно обладает значительным просветительским и воспитательным потенциалом. С другой стороны, эмоциональная насыщенность и использование интерпретационных рамок могут создавать предпосылки для упрощения сложных социальных процессов и усиления манипулятивных эффектов.

Полученные результаты позволяют рассматривать импакт-кино как важный инструмент современной медиакоммуникации, способный оказывать влияние как на индивидуальное восприятие, так и на общественные процессы в целом.

Следует отметить, что потенциал импакт-кино в современной медиасреде продолжает возрастать. Развитие цифровых платформ, персонализированных рекомендаций и интерактивных форматов взаимодействия с аудиторией создает дополнительные возможности для распространения социально

значимых историй. Это позволяет предполагать, что в дальнейшем роль импакт-контента в общественной коммуникации будет усиливаться, а его влияние на формирование общественных представлений и ценностных установок станет еще более заметным.

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением долгосрочных эффектов импакт-контента, особенностей его распространения в цифровой среде, а также разработкой методик оценки социального воздействия аудиовизуальных проектов.