



УДК 316.77.12.1

DOI 10.22363/2312-9220-2017-22-1-115-122

## ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ОПАСНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА: ПРИЧИНЫ И СЛЕДСТВИЯ

З.А. Милославская

Московский педагогический государственный университет  
Малая Пироговская, 1, Москва, Россия, 119991

В статье рассматривается процесс формирования современного полифункционального медиатекста в информационном пространстве конвергентных СМИ. Высказывается предположение о том, что глобальный медиатекст наряду с уникальными возможностями оперативного детального освещения событий может нести потенциальную опасность для аудитории. Основные угрозы — специфические зависимости (интернет-аддикция, PR-аддикция), травмирующие психику ситуации и даже угроза физическому здоровью и жизни — исходят от веб-текста по причине нечастого и некорректного применения модерации и фактчекинга. Подтверждением опасности некоторых форм медиатекста могут быть признаны инициативы государства по урегулированию происходящего в Сети.

**Ключевые слова:** медиатекст, веб-текст, PR-аддикция, SM-аддикция, «троллетекст», опасность

Изучению медиатекста посвящено множество исследований: он рассматривается как следствие постмодернистской культуры, часть глобального сетевого пространства, сфера деятельности журналиста и т.д. В центре научного внимания — обширные возможности оперативного полного освещения событий, но тема небезопасности медиаконтента дискутируется все чаще. Оформляется понимание того, что конвергентные СМИ — канал передачи медиатекста — могут быть источником травмирующих ситуаций, зависимостей, распространения ложной информации, средой для внедрения виртуальных конструкций.

Современный медиатекст — продукт конвергенции. Для конвергентных СМИ характерны: глобализация информационного поля, рост скорости новостного потока, широкая доступность информации, гибридизация журналистики, PR и рекламы [4], синтез разных типов текста. Потребитель медиатекста активно вмешивается в процесс создания контента, «играет» с ним, часто сводя первоначальный замысел автора на «нет» [1. С. 41]. Почти одностороннюю традиционную связь «СМИ → аудитория» сменяет диалоговая модель: читатель генерирует свой контент, никем не модулируемый. Информационное пространство новых медиа не защищено, а его влияние растет.

Характеристики медиатекста наводят на мысль о его потенциальной опасности, исходящей в первую очередь от такой разновидности, как веб-текст, ведь автором в Сети может стать любой. О признании серьезности ситуации в России,

вероятно, говорит принятие законов, регулирующих поведение пользователей, требование открытости соцсетей для спецслужб, постановление о праве нотариусов фиксировать факты троллинга [3]. Анализируя исследования и практический материал, можно выделить как минимум семь видов угроз, исходящих от медиатекста, и большая их часть зарождается в интернет-среде (табл. 1).

Таблица 1

**Опасности, исходящие от медиатекста  
[Threats coming from mediatexts]**

Категория опасности	Описание
Интернет-аддикция	Проверка e-mail и аккаунтов без необходимости; веб-серфинг; зависимость от игрового контента
PR-аддикция	Навязчивое стремление к самопрезентации в Сети
Травмирующие ситуации	Конфликты, оскорбления, преследования
Открытость	Личная информация попадает в руки злоумышленников
Распространение ложной информации	Создание «медиареальности» вследствие отсутствия фактчекинга
Внедрение виртуальных/ полувиртуальных конструкций	Сознательная дезинформация. Игра выдвигание в мэры и депутаты животных (США, Канада, Россия, Мексика) и освещение в СМИ; выдвигание в президенты Украины персонажа «Звездных войн» Дарта Вейдера и освещение в СМИ; создание «целевых» виртуальных «экспертов»
Экономические потери	По данным ФБК, потери экономики России от активности в соцсетях в рабочее время за 2013 г. составили от 281,7 до 311,5 млрд руб.

Остановимся на трех категориях из семи упомянутых.

**PR-аддикция.** Вид зависимости «PR-аддикция» обсуждается в связи с массовым стремлением пользователей к самопрезентации. Результат гибридации журналистики, PR и рекламы в частности в том, что простому читателю стали доступны PR-инструменты (социальные сети, интерактивные СМИ) и он начал «презентовать себя с небывалой активностью» [12. С. 323]. Техническая простота провоцирует забыть о грани между личным и публичным: пользователь повествует об интимном, потому что это его «новости».

*Из аккаунта 33-летнего журналиста:* Моя любимая — самая лучшая в мире женщина! Ну, кто еще может с утра пораньше перед работой приготовить вкуснящий торт? А еще у нее миллион других достоинств и прекрасных качеств. Мне невероятно ПОВЕЗ-ЛО! )(1);

*50-летнего PR-специалиста:* Пошла я с утра... на гору, в крепость. Дошла до половины, и вынуждена была сесть, тяжело, пульс высокий. Вот сижу я и думаю, что старость настанет... (2);

*52-летнего преподавателя:* Н-да... любимая моя действительно молода... Неприлично молода... (3).

Важно подчеркнуть, что цитируемые аккаунты принадлежат людям публичных профессий, но авторы не разделяют деловое и личное: их психологический выигрыш — отклик аудитории.

Отсутствие отклика иногда приводит к травме: история сербки Снежаны Павлович, попавшей в психиатрическую больницу после того, как ее пост в Facebook

не привлёк внимания «друзей» («синдром Снежаны»), стала общим местом [6] (вероятно, можно выделить локальное проявление PR-аддикции — SM-аддикцию — травму от отсутствия или недостаточности отклика в соцсетях). Российский психолог Е. В. Мурашова доказала «наркотическую» природу зависимости от самопрезентации и просмотра медиатекста, предложив 68 испытуемым (12—18 лет) отказаться от Сети и мобильной связи и прожить 8 часов наедине с собой: справились три человека. В процессе почти все испытали беспокойство, страх; у пяти человек фиксировались проявления «панической атаки»; у трех возникли суицидальные мысли [8].

Подвид PR-аддикции — «селфидемия» и ее крайность «селфицид» — гибель при попытке сделать экстремальное селфи [10. С. 36—37, 39—40].

**Травмирующие ситуации.** Источник травмирующих ситуаций — диалог: пользователи конфликтуют в Сети, а так называемые «тролли» провоцируют их, размещая грубые сообщения. Цели «троллей» разные: «любителю» нужно выделиться, «профессионал», нанятый заказчиком, отвлекает участников диалога от острой темы. Последнее десятилетие троллинг находится в фокусе внимания западных исследователей. Описаны следующие поведенческие особенности «тролля»: он агрессивен, конфликтен, склонен к обману, уходит от ответа на вопросы и активно задает свои [16. С. 236—238]. Устанавливается связь между склонностью к троллингу и садизмом [15. С. 100]. Поскольку главный инструмент троллинга — текст в СМК, вероятно, есть основания выделить в массиве медиатекста такую составляющую, как «троллетекст». Понятие это пока не оформлено: существуют лишь разрозненные упоминания в Рунете в виде частной переписки. Анализ доступного материала можно представить в виде следующей таблицы (табл. 2).

Таблица 2

**«Троллетекст» — формирующийся вид медиатекста**  
**[“Trolley text” — new kind of media text]**

Адресат	Интернет-сообщество; пользователи соцсетей
Цель	Привлечь внимание к себе; отвлечь от острой темы
Задачи	Оскорбить, задеть, отнять время; обмануть; вовлечь в перепалку
Канал	Интернет в целом; соцсети
Авторство	Коллективный автор
Характеристика	Диалог по форме, монолог по сути: автор принципиально не слышит собеседника; провокационность; авторитарность; исполнение от примитивного до изысканного; часто несоблюдение правил русского языка; часто анонимность, использование вымышленных имен, пола, профессии; придирки к словам
Жанр	Комментарий, реже авторская колонка
Формат	Текст, видео, аудио, фото, анимация, графика (фотожабы)
Классификация по типу «авторства»	Профессиональный (оплаченный)
	Любительский («для себя»)

Возможная классификация по специфике с примерами ( <i>орфография сохранена</i> )	Неадекватный агрессивный: отсутствие смысла; наличие агрессии и элементов оскорбления. Реакция на журналистский материал об уходе Марии Гайдар из правительства Михаила Саакашвили [5]: «устранение двух агентов кГБ машиборовик и сашигайдар это серьезное поражение лубянки. ну а саак просто дурачёк — за коровку его барыга офшорный взял. и тут же назначи себе двух чекистских агентов в замы. таких придурков лубянка бережёт. саак может смело чай луговой пить. ценный кадр»
	Неадекватный миролюбивый: отсутствие смысла; отсутствие агрессии и элементов оскорбления. Ответ пользователя Facebook на пост с вопросом о том, как выглядит традиционная классификация жанров фотографии. «Я не все понял-это тоже !!иначе неинтересно..Извсех последних постов и тем-это Лучший!Потому что Вас это Лично интересует “Вы”-Зоя задаете этот личный и интересный вопрос и фото-”Я”-не “Я”Стена -это Ваше “Я”-и нам интересно с Вами общаться а не с Авторами статей-у них свои страныки.Мое мнение=это и есть тэкономический ответ соцсетей на вызовы Кризиса.Финансы-не в бюджет-а в лидеров науки коммуникаций культуры.Стена и аватара с друзьями-пробраз клуба офф-лайн.В клубенет экономики.....Там общий бильярд боулинг теннис....Отдохнуть можно и на лужайке !!!Мой “клуб”-Волга и рыбаки.Мы-несметно богаты!Удочки-черви-спининги-и вся Волга-твоя!Приезжайте-в сезон путины!Убедитесь что отдых-лучшее вложение!А для друзей-у нас все-бесплатно!Даже еду на уху сами наловите!))_»,» (4)
	Адекватный панибратский: не лишённое смысла мнение; отсутствие агрессии и элементов оскорбления; тон неуважительный/снисходительный. Реакция на авторскую колонку Ирины Ясиной о снижении Сбербанком процента по депозитам [13]: «У папы спроси, почему российская банковская система такая убогая — он и его дружки ее такой в 90-е построили. :(»
	Адекватный оскорбительный: наличие смысла; наличие агрессии и элементов оскорбления; часто попрание человеческих ценностей. Реакция главы Союза молодых лидеров инноваций Татарстана Рамиля Ибрагимова на теракт в гей-клубе Орландо (США): «...Еще 53 находятся в больнице — жаль, что не сдохли. Очень надеемся, что все же подохнут. Союз молодых лидеров инноваций искренне поддерживает эту убедительную акцию!» [2]

Тема, безусловно, нуждается в дальнейшем изучении, но предварительно мы хотели бы указать, что опасность «троллетекста» лежит в сферах: эмоциональной, психологической и психического здоровья.

**Опасность в реальной жизни.** Медиатекст может быть также источником проблем физического свойства. Немалую опасность представляют открытые сервисы, определяющие наличие собственности по номеру мобильного телефона [14]. Актуальна для открытого доступа и проблема мелкого воровства: пользователь, выложивший в соцсеть фото своего билета на концерт, рискует потерять место в зале [7].

Похищение детей и подростков с использованием информации их аккаунтов, — мировая проблема. В России самый громкий эпизод произошел в 2011 году, когда был похищен сын главы «Лаборатории Касперского» Е. Касперского, после чего Касперский написал открытое письмо, обратив внимание на то, что молодые люди оставляют в социальных сетях слишком много сведений о себе [11].

\*\*\*

Резюмируя, отметим, что современный медиатекст может быть как способом детального оперативного информирования, так и весьма опасным инструментом. Основные угрозы исходят от такой его разновидности, как веб-текст. Анализируя, где именно в Сети существует наибольшая вероятность получить зависимость или попасть в травмирующую ситуацию, можно предположить, что медиатекст в соцсетях несет большую угрозу, чем на интерактивных площадках СМИ. В отличие от скудного инструментария СМИ, соцсети дают универсальные возможности самопрезентации, и потенциальные PR-аддикты стремятся именно сюда. Аудитория соцсетей глобальна, в то время как пользователи информационных сайтов либо интересуются узкой тематикой, либо задерживаются на них ради словесной перепалки.

Наибольший резонанс традиционно имеют медиатексты на политические, экономические, социальные темы — им посвящена большая часть «троллетекстов», как в СМИ, так и в соцсетях; деструктивный диалог/полилог характерен также для профессиональных сообществ: конструировать его наиболее удобно в соцсетях. Опознавательными признаками троллетекста могут быть: агрессивность, деструктивность, авторитарность, абсурдность, оскорбительный/снисходительный тон, анонимный автор, ненормативная лексика и орфография, использования фотожаб, уход от ответа через генерацию новых вопросов (диалог по форме, монолог по сути). Троллетекст, как правило, выполнен в формате комментария, реже — авторской колонки. Тематика — любая: основной ход «тролля» — придирки к словам, цель — привлечь внимание. Примечательно, что сами СМИ осознают опасность медиаконтента: предупреждают об этом пользователя, размышляют о сетевом этикете [9].

Открытость конфиденциальных документов — проблема Сети в целом, соцсети же помогают популяризировать личные сведения, размещенные на информационных и справочных ресурсах.

Среди уже осознанных исследователями и самими СМИ опасностей можно выделить семь видов: интернет-аддикция (PR-аддикция — ее подвид), травмирующие ситуации (троллинг), открытость конфиденциальных документов, внедрение виртуальных конструкций, распространение непроверенной и заведомо ложной информации, экономические потери от использования социальных сетей в рабочее время. Сегодня очевидно, что современный медиатекст потенциально способен нанести вред его автору и потребителю контента современных СМК.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) Facebook. Аккаунт пользователя Яковлева Е., 06.07.16/ URL: <https://www.facebook.com/evgeniy.yakovlev?fref=ts>
- (2) Facebook. Аккаунт пользователя Грязновой Ю., 13.04.16/URL: <https://www.facebook.com/julia.gryaznova.3?fref=ts>
- (3) Facebook. Аккаунт пользователя Гудкова П., 18.03.15/URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000139597962&fref=ts>
- (4) Facebook. Аккаунт пользователя Милославской З., 10.03.16/ URL: <https://www.facebook.com/zoya.miloslavskaya>

© Милославская З.А., 2017

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1] *Волкова И.И.* Тест в интернет-журналистике: особенности игрового формата // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 2014. № 12 (42): в 3-х ч. Ч. III. С. 40—42.
- [2] *Громов А.* Терроризм оправдал — место потерял // *Газета.ru* [Электронный ресурс]: URL: <http://m.gazeta.ru/social/2016/06/17/8312843.shtml> (Дата обращения: 16.09.16).
- [3] За оскорбление в соцсетях можно будет получить компенсацию // *Известия*. [Электронный ресурс]: URL: <http://izvestia.ru/news/616327> (Дата обращения: 16.09.16).
- [4] *Зорин К.А.* Медиасистема как совокупность «информационных торнадо» // *Медиаскоп* [Электронный ресурс]: URL: <http://www.mediascope.ru/node/1655> (Дата обращения: 16.09.16).
- [5] *Кириллов Д., Линник А.* Мария Гайдар покидает свой пост // *Газета.ru* [Электронный ресурс]: URL: [http://www.gazeta.ru/politics/2016/05/10\\_a\\_8224325.shtml#comments](http://www.gazeta.ru/politics/2016/05/10_a_8224325.shtml#comments) (Дата обращения: 16.09.16).
- [6] *Костерина Л.* Соцсети — яд и лекарство // *Росбалт* [Электронный ресурс]: URL: <http://www.rosbalt.ru/style/2014/09/30/1321170.html> (Дата обращения: 16.09.16).
- [7] *Лихачев Н.* Москвич не попал на концерт Black Sabbath после публикации в Инстаграме билета с «Яндекс.Афиши» // *Tjournal.ru* [Электронный ресурс]: URL: <https://tjournal.ru/31761-moskvich-ne-popal-na-koncert-black-sabbath-posle-publikacii-v-instagrame-bileta-s-yandeksafishi> (Дата обращения: 16.09.16).
- [8] *Мурашева К.* Кого боятся подростки // *Сноб* [Электронный ресурс]: URL: <https://snob.ru/selected/entry/45522> (Дата обращения: 16.09.16).
- [9] *Павлов А.* Мальчик, ты не прав // *Газета.ru* [Электронный ресурс]: URL: [http://m.gazeta.ru/column/pavlov\\_a/10144049.shtml](http://m.gazeta.ru/column/pavlov_a/10144049.shtml) (Дата обращения: 16.09.16).
- [10] *Сандомирский М.* Культ публичности: почему «эпидемия» селфи рискует превратиться в эпидемию селфицида. Взгляд психотерапевта // *Дети в информационном обществе*. 2015. № 21. С. 36—43.
- [11] Соцсети способствуют похищению детей // *Вести. Net* [Электронный ресурс]: URL: [http://radiovesti.ru/episode/show/episode\\_id/10653](http://radiovesti.ru/episode/show/episode_id/10653) (Дата обращения: 16.09.16).
- [12] *Суходолов А.П., Бычкова А.М.* «PR-аддикция» как новый вид поведенческой зависимости // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2015. Т. 4. № 4. С. 321—334.
- [13] *Ясина И.* Вклад «Бесперспективный» // *Газета.ru* [Электронный ресурс]: URL: <http://www.gazeta.ru/comments/column/yasina/s63357/8222945.shtml#comments> (Дата обращения: 16.09.16).
- [14] *AVinfo* [Электронный ресурс]: URL: <http://avinfo.guru/> (Дата обращения: 16.09.16).
- [15] *Buckels E.E., Trapnell P.D., Paulhus D.L.* Trolls just want to have fun // *Personality and Individual Differences*. 2014. Vol. 67. P. 97—102.
- [16] *Hardaker C.* Trolling is asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions // *Journal of Politeness Research*. 2010. Vol. 6. No. 2. P. 215—242.

### История статьи:

Дата поступления в редакцию: 2 ноября 2016.

Дата принятия к печати: 2 декабря 2016.

### Для цитирования:

**Милославская З.А. (2017). Потенциальная опасность современного медиатекста: причины и следствия // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*. Т. 22. № 1. С. 115—122.**

### Сведения об авторе:

*Милославская Зоя Александровна*, соискатель кафедры русской литературы Института филологии и иностранных языков Московского педагогического государственного университета.

*Контактная информация:* e-mail: [zmiloslavskaya@gmail.com](mailto:zmiloslavskaya@gmail.com)

## POTENTIAL THREAT OF MODERN MEDIA TEXT: CAUSES AND CONSEQUENCES

Z.A. Miloslavskaya

Moscow State Pedagogical University  
*Malaya Pirogovskaya str., Moscow, Russia, 119991*

This paper considers the process of shaping the modern multifunctional media text in the information space of convergent media. An assumption is made that the global media text, while providing unique capability of rapid and detailed news coverage, may be potentially harmful for the audience. The major threats are specific addictions such as the internet addiction and PR addiction, mentally traumatic situations, and even health damaging and life threatening conditions. These threats may be caused by infrequent and incorrect moderation and fact checking. Recent initiatives by the State aimed at regulating the web may be considered as evidence of threats coming from certain forms of media text.

**Key words:** media text, web-text, PR-addiction, SM-addiction, “troll-text”, threat

### REFERENCES

- [1] Volkova I.I. Test v internet-zhurnalistike: osobennosti igrovogo formata [Test in Internet Journalism: Specifics of Game Format]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2014. № 12 (42): v 3-h ch. Ch. III. S. 40—42.
- [2] Gromov A. Terrorizm opravdal — mesto poterjal [Terrorism has Justified — Position Lost]. *Gazeta.ru*. URL: <http://m.gazeta.ru/social/2016/06/17/8312843.shtml> (Data obrashhenija: 16.09.16).
- [3] Za oskorblenie v socsetjah mozno budet poluchit' kompensaciju [One Can Get Compensation for Insulting through Social Network]. *Izvestija*. URL: <http://izvestia.ru/news/616327> (Data obrashhenija: 16.09.16).
- [4] Zorin K.A. Media System as a Complex of «Information Tornados». *Mediascope*. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1655>(Data obrashhenija 16.09.16).
- [5] Kirillov D., Linnik A. Marija Gajdar pokidaet svoj post [Mariya Gajdar is Leaving her Position]. *Gazeta.ru*. URL: [http://www.gazeta.ru/politics/2016/05/10\\_a\\_8224325.shtml#comments](http://www.gazeta.ru/politics/2016/05/10_a_8224325.shtml#comments) (Data obrashhenija: 16.09.16).
- [6] Kosterina L. Socseti — jad i lekarstvo [Social Network — a Poison and a Medicine]. *Rosbalt*. URL: <http://www.rosbalt.ru/style/2014/09/30/1321170.html> (Data obrashhenija: 16.09.16).
- [7] Lihachev N. Moskvich ne popal na koncert Black Sabbath posle publikacii v Instagrame bileta s «Jandeks.Afishi» [A Moscovite could not Get to the Black Sabbath Show after Reposting a Ticket from <https://afisha.yandex.ru/>]. *Tjournal.ru*. URL: <https://tjournal.ru/31761-moskvich-ne-popal-na-koncert-black-sabbath-posle-publikacii-v-instagrame-bileta-s-yandeksafishi> (Data obrashhenija: 16.09.16).
- [8] Murasheva K. Kogo bojsjsja podrostki [Whom Teens are Afraid of]. *Snob*. URL: <https://snob.ru/selected/entry/45522> (Data obrashhenija: 16.09.16).
- [9] Pavlov A. Mal'chik, ty ne prav [Boy, You are not Right]. *Gazeta.ru*. URL: [http://m.gazeta.ru/column/pavlov\\_a/10144049.shtml](http://m.gazeta.ru/column/pavlov_a/10144049.shtml) (Data obrashhenija: 16.09.16).
- [10] Sandomirskii M. Kul't publichnosti: pochemu «jepidemija» selfi riskuet prevratit'sja v jepidemiju selficida. Vzglyad psihoterapevta [The cult of publicity: why the «epidemic» risks becoming an epidemic of self-suicide. Counsellor's looking]. *Deti v informacionnom obshhestve*. 2015. № 21. P. 36—43.
- [11] Socseti sposobstvujut pohishheniju detej [Social Network Contributes to Kidnapping Children]. *Vesti.Net*. URL: [http://radiovesti.ru/episode/show/episode\\_id/10653](http://radiovesti.ru/episode/show/episode_id/10653) (Data obrashhenija: 16.09.16).

- [12] Suhodolov A.P., Vychkova A.M. «PR-addikcija» kak novyj vid povedencheskoj zavisimosti [“PR Addiction” as New Form of Behavioral Dependence]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2015. Vol. 4. № 4. P. 321—334.
- [13] Jasina I. Vklad «Besperspektivnyj» [An “Unattractive” Deposit]. *Gazeta.ru*. URL: <http://www.gazeta.ru/comments/column/yasina/s63357/8222945.shtml#comments> (Data obrashhenija: 23.08.16).
- [14] AVinfo. URL: <http://avinfo.guru/> (Data obrashhenija: 23.08.16).
- [15] Buckels E.E., Trapnell P.D., Paulhus D.L. Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*. 2014. Vol. 67. P. 97—102.
- [16] Hardaker C. Trolling is asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*. 2010. Vol. 6. No. 2. P. 215—242.

**Article history:**

Received: 2 November 2016.

Revised: 16 November 2016.

Accepted: 2 December 2016.

**For citation:**

Miloslavskaya Z.A. (2017). Potential threat of modern media text: causes and consequences. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 22 (1), 115—122.

**Bio Note:**

*Miloslavskaya Zoya Alexandrovna*, student of Department of Russian literature, Institute of philology and foreign languages, Moscow pedagogical state university.

*Contacts:* e-mail: [zmiloslavskaya@gmail.com](mailto:zmiloslavskaya@gmail.com)