

---

# ЦИФРОВАЯ СРЕДА

---

## Социологическое измерение адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме

УДК 316. 776      DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-39-49

Получено 10.09.2023      Доработано после рецензирования 30.10.2023      Принято 31.10.2023

**Гримов Олег Александрович**

Канд. социол. наук, доц. каф. философии и социологии

ORCID: 0000-0001-6883-9898

E-mail: grimoleg@yandex.ru

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

### АННОТАЦИЯ

В статье представлены теоретическое обоснование и эмпирическая апробация авторской модели адаптационного потенциала личности в условиях медиаэкосистемы. Основу авторского подхода составляет рассмотрение индивида как основного субъекта практик медийной активности, которые актуализируют личностные ресурсы интернет-пользователей, связанные с их готовностью к эффективной коммуникации, к производству и потреблению медиаконтента в современных институциональных условиях медиаэкосистемы (с учетом существующих рисков и ограничений). Предложена теоретическая модель адаптационного потенциала, согласно которой такой потенциал является сложным многоуровневым образованием, содержащим в себе три последовательных уровня: ценностный, диспозиционный и практический. Показано, что каждый из данных уровней состоит из ряда

подуровней, включающих преобладающие в медиаэкосистеме виды ценностей, диспозиций и практик пользователей. На основе разработки данных операциональных показателей и специальной шкалы представлена авторская методика социологического измерения адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме. По итогам авторского социологического исследования с применением кластерного анализа (онлайн-опрос пользователей социальных сетей и мессенджеров, N = 900) обнаружены четыре кластера пользователей медиа, различающиеся уровнем развития и структурой адаптационного потенциала. Данные кластеры охарактеризованы как «осторожные пользователи», «теоретики», «неадаптированные», «адаптированные». В заключении статьи приведены перспективные направления дальнейшего научного поиска по теме исследования.

### Ключевые слова

Медиа, медиаэкосистема, медиаактивность, адаптация, адаптационный потенциал, модель адаптированного потенциала, ценности, диспозиции, медийные практики, риски

**Благодарности.** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-00486 «Человек в новой медиаэкосистеме: ресурсы и стратегии взаиморазвития».

### Для цитирования

Гримов О.А. Социологическое измерение адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 39–49.

© Гримов О.А., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



---

# DIGITAL ENVIRONMENT

---

## The sociological measurement of individual adaptive potential in media ecosystem

Received 10.09.2023

Revised 30.10.2023

Accepted 31.10.2023

**Oleg A. Grimov**

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Philosophy and Sociology Department

ORCID: 0000-0001-6883-9898

E-mail: grimoleg@yandex.ru

Southwest State University, Kursk, Russia

### ABSTRACT

The article presents the theoretical justification and empirical approbation of the author's model of the individual adaptive potential in the conditions of the media ecosystem. The basis of the author's approach is the consideration of the individual as the main subject of media activity practices that actualise the personal resources of Internet users associated with their readiness for effective communication, for production and consumption of media content in modern institutional conditions of the media ecosystem (considering existing risks and limitations). A theoretical model of adaptive potential is proposed, according to which such a potential is a complex multi-level education containing three successive levels: value, dispositional and practical. It is shown that each level consists of a number

of sublevels, of including the types of values, dispositions and users' practices prevailing in the media ecosystem. Based on the development of these operational indicators and a special scale, the author's methodology for the adaptive potential sociological measurement of the individual in the media ecosystem is presented. According to the results of the author's sociological research with the usage of cluster analysis (online survey of social networks and messengers' users, N = 900), four clusters of media users were found, differing in the level of development and structure of adaptive potential. These clusters are characterised as "cautious users", "theorists", "unadapted", "adapted". The article concludes with promising directions for further scientific research on the topic.

### Keywords

Media, media ecosystem, media activity, adaptation, adaptive potential, model of adaptive potential, values, dispositions, media practices, risks

**Acknowledgements.** The research was supported by Russian Science Foundation grant № 22-28-00486 "Human in a new media ecosystem: resources and strategies of mutual development".

### For citation

Grimov O.A. (2023) The sociological measurement of individual adaptive potential in media ecosystem. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 39–49. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-39-49

© Grimov O.A., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



## ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Проблематика современных информационно-коммуникативных технологий (далее – ИКТ) или процесса цифровизации в целом находится в центре внимания множества современных российских и зарубежных исследователей. В связи с этим важной задачей является определение того социокультурного и технологического контекста, который является предельным обобщением формируемой реальности современными цифровыми технологиями. Различие исследовательских оптик образует множество равноупотребимых концептов, таких как «цифровая реальность», «информационно-коммуникативная среда» и т.д. Признавая контекстуальные различия данных категорий, автор настоящей статьи считает возможным акцентировать исследовательское внимание именно на медийном аспекте информационной современности, поэтому в дальнейшем будет использоваться понятие «медиаэкосистема», которую автор рассматривает как совокупность институционально организованных и оформленных условий осуществления практик медийного производства и потребления.

В числе публикаций, которые исследуют современные медийные технологии и медиасреду, в целом можно выделить те, которые посвящены наиболее широкому контексту формирования новой реальности, а также ее ключевым детерминантам [Чернавин, 2021; Гришаева, 2020; Василенко, Мещерякова, 2021].

Одним из важных методологических аспектов изучения медиаэкосистемы является определение ее активных субъектов. Так, в статье А.Ю. Гарбузняк рассматриваются субъекты, формирующие информационную повестку в условиях новых медиа [Гарбузняк, 2020]. Некоторые исследования показывают, что медиаплатформы не только выступают средой протекания социальных конфликтов, но и сами являются активными субъектами конфликтных взаимодействий [Гуреева, Киреева, 2022].

Статьи Е.А. Овчинниковой, Е.М. Николаевой и С.С. Федченко посвящены морально-этическим аспектам формирования нового субъекта в социальных медиа, а также методологическим проблемам субъектного статуса пользователя в сети Интернет (далее – Интернет) [Овчинникова, 2020; Николаева, Федченко, 2016]. Различные категории активности субъектов в медийной среде также изучаются в ряде научных трудов [Береговская, Гришаева, 2020; Домбровская, 2021].

Многообразие практик медийной активности связано не только с широкими социальными, культурными и технологическими возможностями,

которые они предоставляют, но и с актуализируемыми в медиа рисками [Асеева, 2023]. Угрозы и риски медийных практик получают широкое освещение в научном дискурсе. При этом часто выделяют наиболее подверженные рискогенным факторам группы: школьники, подростки, молодежь [Мышко, Каменева, 2022; Полянина, 2021].

Однако несмотря на значительный спектр исследовательских оптик анализа медиаэкосистемы, еще недостаточно изученным является личностно-субъектный уровень медиаактивности, связанный с адаптацией индивида к рискам медиаэкосистемы. Остается неразработанным как на теоретическом, так и на прикладном уровне само понятие личностного адаптационного потенциала. Решение данных задач позволит теоретически обосновать и концептуализировать категорию адаптационного потенциала личности, сформировать комплекс эмпирических индикаторов, направленных на его диагностику и измерение в условиях медиаэкосистемы. На восполнение соответствующего пробела направлена настоящая статья.

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE STUDY

Теоретико-методологической базой текущей статьи являются российские и зарубежные социологические, социально-философские работы, которые посвящены исследованию ключевых параметров современной медиаэкосистемы в широком контексте ее взаимосвязи с общими категориями цифровой реальности, сетевых и медiateхнологий, а также наиболее значительных аспектов информационно-коммуникативной культуры. В данных публикациях детально рассматриваются многочисленные теоретические и прикладные аспекты исследуемой проблемы [Jenkins, 2006; Manovich, 2012].

Для обоснования авторского подхода к концептуализации и эмпирической операционализации адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме автор настоящей статьи опирается на ряд исследовательских подходов и методов: структурно-функциональный подход, методы синтеза, анализа, индукции, дедукции, моделирования. Синтез данных методов позволяет сформировать общую системную методологию, которая обеспечивает комплексную и непротиворечивую связь между теоретической моделью и ее эмпирической апробацией. Также в статье автор основывается на общих принципах и подходах

к эмпирическому изучению феномена медийной активности и субъектных медиастратегий. Данные положения были разработаны и представлены ранее в научном труде О.А. Гримова и В.А. Белкиной [Гримов, Белкина, 2022].

Апробация разработанной методологии диагностики адаптационного потенциала личности к рискам социальных медиа осуществлена на основе авторского социологического исследования, проведенного методом онлайн-опроса (N = 900) пользователей социальных сетей и мессенджеров («ВКонтакте», YouTube, Telegram) как одних из наиболее репрезентативных медийных каналов, что послужило эмпирической базой исследования. В представленной статье широко применялись методы статистической обработки данных (анализ частотных распределений, кластерный анализ).

## АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ / ANALYSIS OF RESULTS

В целом под адаптацией в системе современной медиаэкосистемы рассматривается процесс приспособления индивида к актуальным условиям медиаэкосистемы на основе эффективной медиаактивности. Анализ показывает, что многие авторы в рамках различных методологических подходов и исследовательских оптик акцентируют внимание на таких свойствах адаптационного потенциала личности, как системность, многоуровневость, зависимость уровня развития адаптационного потенциала от индивидуального практического опыта, зависимость эффективности адаптационных стратегий от личностной активности, гибкости, рефлексии [Гущина, Кондратович, 2008; Авраменко, 2011]. Признавая актуальность данных положений, автор в настоящей работе под адаптационным потенциалом понимает «совокупность личностных ресурсов интернет-пользователей, определяющих уровень готовности индивида к эффективной коммуникации, производству и потреблению медиаконтента в современных институциональных условиях медиаэкосистемы (с учетом существующих рисков и ограничений)» [Гримов, Белкина, 2022, с. 45].

В предлагаемой автором теоретической модели адаптационного потенциала можно выделить следующий ряд уровней: ценностный, диспозиционный и практический.

На ценностном уровне следует отметить входящие в адаптационный потенциал ценности. Они отражают индивидуальные установки на осуществление коммуникативных практик в целом.

Различия между пользователями на ценностном уровне формируют у них разные целевые интенции на следующем уровне. При этом личностные ценности, входящие в адаптационный потенциал, соотносятся с институциональными нормами и габитусами медиаэкосистемы, которые формируют наиболее распространенные поведенческие модели пользователей, оказывая на последних немалое давление. На основе предварительного анализа на ценностном уровне адаптационного потенциала автором выделено четыре группы ценностей, каждая из которых эксплицируется в шести наиболее устойчивых видах. Так, выделяются:

1) ценности технологические, которые включают: а) преодоление пространственно-временных ограничений, мобильность; б) полноту потребляемой информации/контента; в) безопасность (технологическая, юридическая и т.д.) при потреблении/производстве контента; г) достоверность потребляемой информации/контента; д) наблюдаемую практическую пользу (прибыль, эффективность) от потребления контента/информации; е) свободный доступ к потребляемой информации/контенту;

2) ценности культурные, в которые входят: а) эффект новизны, постоянного изменения и обновления; б) игровой формат интернет-ресурсов, коммуникации, контента/информации и т.д.; в) отсутствие запретов и ограничений; г) многообразие форм (жанров) и тем контента/информации; д) понятность и удобство изложения контента/информации; е) актуальность контента/информации;

3) ценности социальные, которые охватывают: а) самоидентификацию, чувство причастности; б) развитие социальных контактов (новые знакомства и т.д.); в) рост своего влияния и аудитории; г) связь контента/информации с индивидуальными взглядами и убеждениями; д) связь контента/информации с индивидуальной практической деятельностью (например, профессией); е) интерактивность и обратную связь;

– ценности психологические, в набор которых включены: а) досуг, достижение психологического комфорта; б) саморазвитие в ходе потребления и производства контента/информации; в) возможность самопрезентации; г) опосредованная коммуникация, не прямой контакт; д) многообразие возможных ролей в Интернете; е) общий уровень доверия к другим пользователям и интернет-ресурсам).

На диспозиционном уровне выделяются пользовательские диспозиции, понимаемые как ориентации и интенции на осуществление практик медиаактивности. В диспозициях также отражены

пользовательская готовность и/или возможность реализации подобных практик. Диспозиции служат связующим звеном между ценностями и практиками медиаактивности.

Диспозиции, входящие в адаптационный потенциал, соответствуют паттернам медиаэкосистемы, которые являются институциональными образцами осуществления практик медиаактивности, а также достижения связанных с ними коммуникативных целей. Результативность последующих практик определяется субъектной медиастратегией и рефлексивным усвоением наличных институциональных паттернов.

На диспозиционном уровне адаптационного потенциала были определены четыре группы диспозиций, каждая из которых эксплицируется в шести наиболее устойчивых видах. Так, выделяются следующие диспозиции:

1) готовность к определенным лимитам: а) готовность к ограничению времени собственного потребления контента/информации; б) готовность к ограничению времени создания собственного контента/информации; в) готовность к языковой гигиене (к минимизации нецензурной и излишне эмоциональной лексики, спама и т.д.); г) готовность к ограничению или полной отмене собственного потребления отдельных категорий контента (контент 18+, шок-контент и т.д.); д) готовность к ограничению времени переписки в мессенджерах; е) готовность к техническому ограничению собственного потребления контента/информации (с помощью фильтров, блокировок и т.д.);

2) готовность к повышению своей компетентности: а) готовность к изучению нового языка; б) готовность к повышению собственного уровня владения навыками создания контента; в) готовность к повышению собственного уровня владения навыками потребления контента; г) готовность к критическому анализу информации, к ее проверке; д) готовность к корректировке собственной информации перед публикацией или перепиской; е) готовность к проверке истинности потребляемого контента/информации;

3) готовность к новым практикам и ролям: а) готовность к изменению площадок/интернет-ресурсов потребляемого контента/информации; б) готовность к изменению форматов потребляемого контента/информации; в) готовность к изменению площадок и/или форматов для публикации создаваемого контента/информации; г) готовность к роли модератора или администратора информационного ресурса, сайта и т.д.; д) готовность к обходу информационных блокировок и ограничений (с помощью виртуальной частной

сети и т.д.); е) готовность к удалению собственной переписки в мессенджерах;

4) готовность к рефлексии и систематизации: а) готовность к формированию собственного информационного меню; б) готовность к проработке коммуникативной стратегии (стиля общения) в отношении публикации контента, переписки в мессенджерах; в) готовность к изменению собственного круга общения в Интернете; г) готовность к классификации и систематизации потребляемого контента/информации; д) готовность к оценке собственной эффективности при потреблении и создании контента/информации; е) готовность к оценке рисков и опасностей, связанных с пребыванием в Интернете.

На практическом уровне следует отметить непосредственно применяемые практики, рассматриваемые автором как формально осуществляемые действия по медийному производству и/или медийному потреблению. Данные действия могут быть нерефлексивными и не иметь прямой связи с предыдущими уровнями адаптационного потенциала. Практический уровень соотносится с аффордансами медиаэкосистемы, под которыми в данном случае понимается встроенная в институциональные условия медиаэкосистемы инструментальная возможность осуществления практик медийной активности. Таким образом, аффорданс оказывается вписан в саму структуру медийных технологий и артефактов, а также в логику обращения с ними. В предельном значении аффордансы служат непосредственным технологическим императивом осуществления практик медийной активности.

На практическом уровне адаптационного потенциала было выделено четыре группы практик, каждая из которых эксплицируется в шести наиболее устойчивых видах. Так, автор определяет следующие практики:

1) потребительские практики: а) потребление (чтение, просмотр) контента/информации; б) профессиональная деятельность с применением мессенджеров и социальных сетей; в) личная переписка в мессенджерах и социальных сетях; г) создание и публикация собственного контента/информации; д) распространение в личных сообщениях и публичной коммуникации непроверенного контента/информации; е) модерирование, администрирование сообщества;

2) развитие связей и социального капитала в обществе: а) репосты, шеринг; б) комментирование; в) оставление лайков; г) подписка на контент, оставление заявок в друзья; д) донатинг (онлайн-пожертвования); е) совместное с другими пользователями производство контента/информации;

3) технические практики при потреблении и производстве: а) проверка истинности потребляемого контента/информации; б) проверка собственного контента/информации (в том числе сообщений в личной переписке) перед публикацией; в) обход блокировок и фильтров при потреблении контента/информации; г) установление фильтров и ограничений для потребителей своего контента и личной информации в мессенджерах; д) использование разных информационных ресурсов и площадок для различных целей (то есть каждый информационный ресурс для своей цели); е) модерирование контента, оставление жалоб, обращений в администрацию информационного ресурса или правоохранительные органы;

4) стратегические практики: а) ограничение времени потребления контента/информации; б) изменение типа потребляемых источников контента/информации; в) изменение формата потребляемого контента/информации; г) повышение собственного уровня владения тем или иным программным обеспечением, связанным с потреблением контента/информации; д) повышение собственного уровня владения тем или иным программным обеспечением, связанным с производством контента/информации; е) применение контента в своей жизни или переработка его для своего контента/информации.

Представленные выше виды ценностей, диспозиций и практик являются базовыми эмпирическими показателями личностного адаптационного потенциала в условиях медиаэкосистемы. Включение данных индикаторов в структуру адаптационного потенциала объясняется актуализацией различных медийных рисков на разных уровнях вовлеченности пользователя в медиаэкосистему. Недопущение или преодоление данных рисков определяется конфигурациями базовых для пользователя медийных ценностей, диспозиций и практик, а также степенью их актуальности для потребителя. Объективация и актуализация в процессе медийной активности тех или иных ценностей и диспозиций, а также непосредственное осуществление медийных практик не только определяют способность индивида адаптироваться к актуальным рискогенным факторам медиаэкосистемы, но и демонстрируют характер и направленность такой адаптации: специфику ценностного обоснования и закреплённости на уровне диспозиций, а также укорененность в непосредственно реализуемых практических действиях.

Фактической основой представляемой автором методики диагностики и измерения адаптационного потенциала является эмпирическая модель

адаптационного потенциала учительского сообщества, разработанная М.А. Головчиным, основные положения которой были адаптированы к целям настоящего исследования [Головчин, 2020].

В предлагаемой авторской модели концепт адаптационного потенциала последовательно распадается на представленные выше операциональные категории (ценности, диспозиции, практики). Каждая из таких категорий подразделяется на четыре наиболее устойчивые и распространённые группы, содержащие одинаковое число вариантов/индикаторов (в данном случае – равное 6). На основе предварительного выявления и анализа актуальных ценностей, диспозиций и практик в условиях медиаэкосистемы автором настоящей статьи было осуществлено обобщение, которое позволяет рассматривать все виды ценностей, диспозиций и практик в структуре адаптационного потенциала как равные между собой и инвариантные для эмпирического изучения переменные. Автором применяется стандартизированная шкала от 0 до 3 (где 0 – отсутствие признака, 1 – слабое значение, 2 – среднее, 3 – высокое) непосредственно для диагностики степени актуальности переменной любого вида для респондента. Таким образом, максимальный показатель актуальности для пользователя одной из ценностей, диспозиций, практик составляет три балла; группы ценностей, диспозиций или практик – 18 баллов; всей совокупности ценностей, диспозиций или практик – 72 балла. Очевидно, что низкий уровень актуальности переменной в общей структуре показателей может быть компенсирован актуальностью других переменных. Так, минимальный уровень актуальности для пользователя технологических ценностей может компенсироваться важностью для него культурных, социальных и психологических ценностей. Таким образом, все ценности в общей структуре данного показателя имеют равный вес. Подобный принцип равноценности экстраполируется автором и на вопрос, касающийся степени объективности информации об актуальности того или иного показателя для пользователя. Проводимый опрос предполагает самостоятельную оценку респондентами уровня актуальности для них тех или иных переменных в структуре адаптационного потенциала. При этом оценка может базироваться как на фактической информации, так и на субъективном суждении. В совокупности различные по статусу оценки (объективные и субъективные) уравнивают друг друга, что позволяет получить достаточно достоверную информацию об уровне адаптации к условиям медиаэкосистемы.

С целью апробации разработанной методологии диагностики адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме (в августе 2023 г.) автор статьи провел социологическое исследование методом онлайн-опроса на базе исследовательской онлайн-панели «Анкетолог». Были опрошены пользователи социальных сетей и мессенджеров («ВКонтакте», YouTube, Telegram). Выборка составила 900 чел. и отразила примерные социально-демографические характеристики российских интернет-пользователей.

На основе применения рассмотренной выше стандартизированной шкалы (где 0 – отсутствие признака, 1 – слабое значение, 2 – среднее, 3 – высокое) респондентам было предложено оценить актуальность для них соответствующих ценностей, диспозиций и практик в медиаэкосистеме (таблица). В результате опроса были выявлены следующие данные. Среднее значение суммарного показателя ценностей составило 53,16, диспозиций – 43,8, практик – 37,8. Очевидным является заметное снижение актуальности в направлении от ценностного фундирования в сторону диспозиционного обоснования и практической ориентации. Наибольший уровень актуальности характерен для ценностей. Автор предполагает, что это можно объяснить высоким уровнем теоретической поддержки разнообразных

ценностей, которые для пользователя могут ассоциироваться с широким спектром медийных практик. При этом стоит отметить, что актуальность каждого вида ценностей по отдельности также находится на достаточно высоком уровне: от 11,94 (социальные ценности) до 15,14 (технологические ценности). Разница между актуальностью отдельных видов ценностей сравнительно невелика.

Уровень актуальности диспозиций (понимаемых уже в качестве непосредственной готовности к деятельности того или иного рода) находится в диапазоне от 9,66 (готовность к ограничению) до 12,48 (готовность к повышению своей компетентности), что в целом зафиксировано ниже уровня актуальности ценностей. Характерно, что в наименьшей степени пользователи готовы к ограничению потребления и производства медиаконтента, в то время как наиболее высокий показатель готовности проявляется в повышении собственной компетентности. Очевидно также, что актуализация для индивида того или иного вида ценности не приводит к формированию у него комплекса соответствующих диспозиций.

Минимальное значение актуальности и, как следствие, непосредственной реализации характерно для такого операционального показателя адаптационного потенциала, как практики.

**Таблица. Среднее значение актуальности операциональных показателей адаптационного потенциала**

Table. Operational indicators' average relevance of adaptive potential

Операциональные показатели адаптационного потенциала	Среднее значение актуальности (по шкале от 0 до 3, максимальное возможное значение – 18)
Технологические ценности	15,14
Культурные ценности	13,58
Социальные ценности	11,94
Психологические ценности	12,49
Готовность к ограничению	9,66
Готовность к повышению своей компетентности	12,48
Готовность к новым практикам и ролям	10,48
Готовность к рефлексии и систематизации	11,18
Потребительские практики	10,84
Практики по развитию связей и социального капитала в сообществе	8,58
Технические практики при потреблении и производстве	9,46
Стратегические практики	8,92
<b>Суммарный показатель</b>	<b>Среднее значение актуальности (по шкале от 0 до 3, максимальное возможное значение – 72)</b>
Суммарный показатель ценностей	53,16
Суммарный показатель диспозиций	43,8
Суммарный показатель практик	37,8

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Их актуальность находится в диапазоне от 8,58 (практики по развитию связей и социального капитала в сообществе) до 10,84 (потребительские практики). Очевидно, практика как результирующий акт пребывания в медиаэкосистеме базируется на соответствующих ценностях и диспозициях пользователя. Однако фактически реализуемыми на уровне практик оказываются лишь немногие ценности и диспозиции, рефлекслируемые как актуальные для индивида.

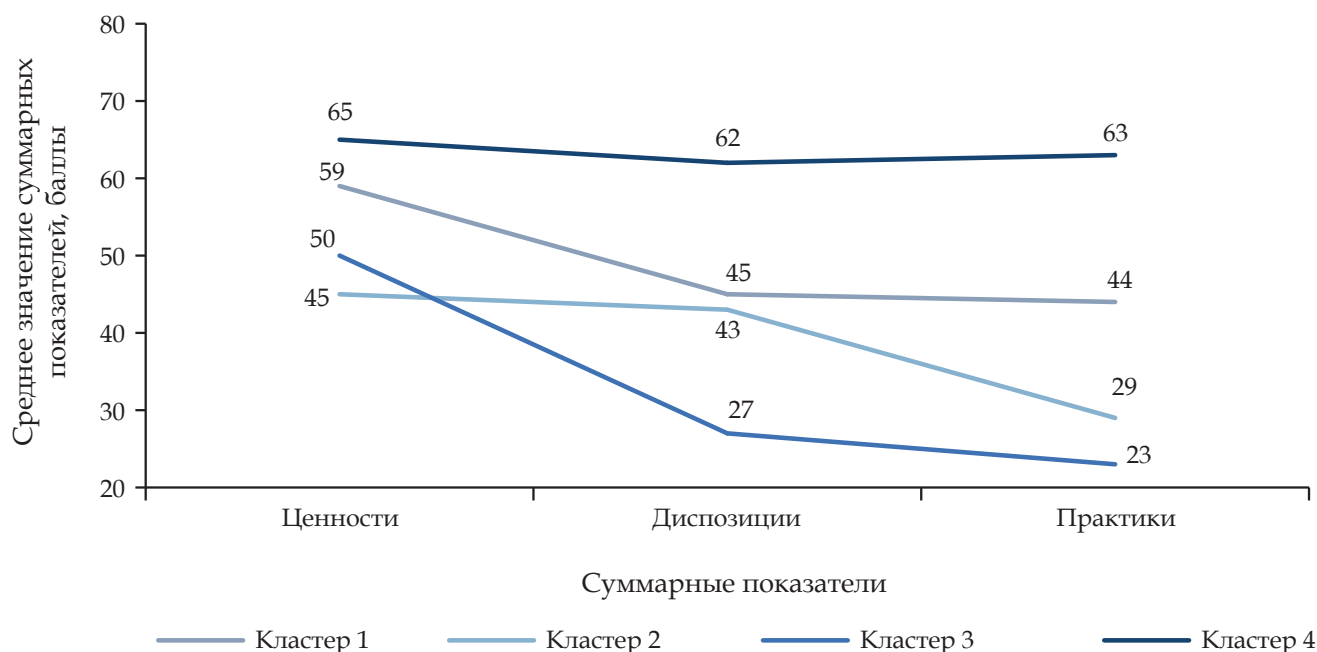
Непосредственный уровень и проявление адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме определяются конфигурацией различных степеней актуальности ценностей, диспозиций и практик, а также непосредственными ценностными, диспозиционными и практическими акцентуациями (то есть преобладанием в структуре адаптационного потенциала ценностей, диспозиций и практик определенного вида).

С целью осуществления актуальной классификации пользователей медиа по уровню адаптационного потенциала автором был проведен кластерный анализ наблюдений методом k-средних. На рисунке представлены графики всех кластеров с указанием соответствующих им средних значений суммарных показателей (ценностей, диспозиций, практик).

В результате анализа было обнаружено четыре кластера пользователей. Первый кластер (в него входят 33,3 % респондентов) образуют пользователи со следующими средними значениями суммарных показателей: ценности – 59, диспозиции –

45, практики – 44. Как видно, данный кластер характеризуется высоким уровнем актуальности ценностей и средним уровнем актуальности диспозиций и практик. Данную группу пользователей можно назвать «осторожными». Высокий уровень ценностей не влечет повышенного уровня диспозиционного обоснования и практических ориентаций. Адаптационный потенциал отражает гипотетическую готовность к высокой включенности в практики медиаактивности, но фактическая объективация адаптационного потенциала в реальной деятельности прослеживается на достаточно среднем уровне.

Второй кластер (36,2 % респондентов) образует большинство пользователей, для которых характерен средний уровень актуальности ценностей (45) и диспозиций (43), а также низкий уровень актуальности практик (29). Представителей данного кластера можно условно назвать «теоретиками». Низкий уровень значимости практик на фоне ценностей и диспозиций сближает их с представителями первого кластера, однако важным отличием является еще более низкий уровень актуальности всех показателей, а также заметный разрыв между ценностно-диспозиционными установками и практическими действиями. Адаптационный потенциал характеризуется средним уровнем поддержки значимых в медиаэкосистеме ценностей и диспозиций, а также низким уровнем практической направленности, что свидетельствует о невысоком уровне вовлеченности в медиаэкосистему и о малой готовности нивелировать ее риски.



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the research materials

**Рисунок. Кластеризация пользователей по средним значениям суммарных показателей**

Figure. Users' clustering by average values of total indicators

Третий кластер (16,7 % респондентов) включает пользователей со средним уровнем актуальности ценностей (50), а также с низким уровнем актуальности диспозиций (27) и практик (23). Данных пользователей можно назвать «неадаптированными». Очевидным является значительный разрыв между ценностным уровнем и остальными двумя уровнями. Актуализация медиаэкосистемы для пользователя ограничивается лишь средним уровнем значимости основных ценностей, не выходя в область диспозиций и/или практик. В результате адаптационный потенциал практически остается не задействованным на более высоких уровнях, что не позволяет индивиду полноценно включаться в медиаэкосистему и противостоять ее рискогенным факторам.

Четвертый кластер – самый малочисленный (13,8 % респондентов). В него входят пользователи с одинаково высокими уровнями актуальности ценностей (65), диспозиций (62) и практик (63). Данных пользователей можно назвать «адаптированными». Их характеризует последовательная актуализация на высоком уровне значимости основных видов ценностей, диспозиций и практик. Следует сказать, что в данном случае каждый предыдущий уровень в полной мере обеспечивает каждый последующий. Последовательность и непротиворечивость между ценностным фундированием, диспозиционным обоснованием и практической ориентацией позволяют отметить высокий уровень адаптационного потенциала.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В ходе проведенного исследования была теоретически обоснована и эмпирически апробирована авторская модель адаптационного потенциала

личности в условиях медиаэкосистемы. Разработаны операциональные показатели и специальная шкала, которые составляют авторскую методику социологического измерения адаптационного потенциала. Полученные результаты демонстрируют возможность социологической диагностики и измерения данного потенциала. Так, осуществленная автором кластеризация свидетельствует о существовании четырех групп пользователей, различающихся по уровню потенциала, а также по его преобладающим структурным компонентам. Вместе с тем представленные в статье данные пока носят лишь общий характер, поэтому предложенная теоретическая модель и разработанная методика могут и должны быть в дальнейшем дополнены и уточнены. Перспективными направлениями следующего изучения адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме в рамках предложенной авторской модели могут стать:

- определение взаимосвязи между уровнем адаптационного потенциала и субъектной стратегией медиаактивности;
- апробация методики измерения адаптационного потенциала на основе разного веса его структурных компонентов;
- расширение перечня входящих в структуру адаптационного потенциала ценностей, диспозиций и практик;
- обоснование и разработка математической модели интегративного показателя адаптационного потенциала, измеряемого на основе метрической шкалы.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Авраменко В.Г. Личностный адаптационный потенциал как фактор успешной адаптации выпускника вуза к профессиональной среде. Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия: Философские, социальные и естественные науки. 2011;3(9):157–164.
- Артемова Е.Э., Данилова А.М., Подвальная Е.В., Тишина Л.А. Оценка информационно-коммуникационной компетентности студентов-дефектологов в области использования ресурсов информационной образовательной среды. Психологическая наука и образование. 2021;26(4):54–68. <https://doi.org/10.17759/pse.2021260405>
- Асеева И.А. Медиариски и трансформация культуры. Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023;2(870):149–157. [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2023\\_2\\_870\\_149](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2023_2_870_149)
- Береговская Т.А., Гришаева С.А. Поколение Z: потребительское поведение в цифровой среде. Вестник университета. 2020;1:92–99. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-1-92-99>
- Бикетова Я.О. Информационно-коммуникативная компетентность: социологический анализ и эмпирическое измерение. Вестник экономики, права и социологии. 2015;2:180–184.

- Василенко Л.А., Мещерякова Н.Н.* Социология цифрового общества: монография. Томск: Томский политехнический университет; 2021. 226 с.
- Гарбузняк А.Ю.* Публичное пространство новых медиа: ключевые акторы, их статус и функции. Знание. Понимание. Умение. 2020;4:201–209. <https://doi.org/10.17805/zpu.2020.4.18>
- Головчин М.А.* Социологическое измерение адаптационного потенциала учительского сообщества (на примере Вологодской области). Мир экономики и управления. 2020;20(4):212–231
- Гримов О.А., Белкина В.А.* Индивидуальные стратегии медиаактивности интернет-пользователей. Цифровая социология. 2022;5(4):38–47. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-38-47>
- Гришаева С.А.* Социальные трансформации в условиях цифровой среды. Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2020;1:70–81. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2020-26-1-70-81>
- Гуреева А.Н., Киреева П.А.* Цифровые платформы как субъекты конфликтогенной коммуникации: особенности, эффекты, риски. Вопросы теории и практики журналистики. 2022;4:753–771. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11\(4\).753-771](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(4).753-771)
- Гуцина И.А., Кондратович Д.Л.* Адаптационная составляющая человеческого потенциала населения Северного региона (на примере Мурманской области). Север и рынок: формирование экономического порядка. 2008;1(20):27–31.
- Домбровская А.Ю.* Репрезентация гражданской активности российской молодежи в социальных медиа. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021;6:203–225. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2012>
- Мышко Ф.Г., Каменева Т.Н.* Риски коммуникации подростков в интернет-пространстве. Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022;13(4):1–10.
- Николаева Е.М., Федченко С.С.* Избирательный пользователь в интернет-пространстве как носитель производной субъектности. Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2016;1:128–134.
- Овчинникова Е.А.* Проблема морального субъекта в новых медиа. В кн.: Язык в координатах массмедиа, этики и права: материалы IV Международной научной конференции. Санкт-Петербург, 09–12 ноября 2020 г. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет; 2020. С. 158–161.
- Полянина А.К.* Гиперсетевая модель медиакommunikation: новые качества рисков для детской аудитории. Коммуникология. 2021;9(4):148–159. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-148-159>
- Чернавин Ю.А.* Цифровое общество: теоретические контуры складывающейся парадигмы. Цифровая социология. 2021;4(2):4–12. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-4-12>
- Jenkins H.* Convergence culture: where old and new media collide. New York: New York University Press; 2006. 308 p.
- Manovich L.* The language of new media. Cambridge: The MIT Press; 2002. 400 p.
- Vasilenko L., Meshcheryakova N., Zotov V.* Digitalization of global society: from the emerging social reality to its sociological conceptualization. Wisdom. 2022;21(1):123–129. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v21i1.720>

## REFERENCES

- Artemova E.E., Danilova A.M., Podvalnaya E.V., Tishina L.A.* Assessment of information and communication competence of defectology students in the field of using the resources of the information educational environment. Psychological science and education. 2021;26(4):54–68. (In Russian). <https://doi.org/10.17759/pse.2021260405>
- Aseeva I.A.* Mediarisks and the transformation of culture. Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities. 2023;2(870):149–157. (In Russian). [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2023\\_2\\_870\\_149](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2023_2_870_149)
- Avramenko V.G.* Personal adaptive potential as a factor of successful adaptation of a university graduate to a professional environment. Bulletin of the Moscow State Academy of Business Administration. Series: Philosophical, Social and Natural Sciences. 2011;3(9):157–164. (In Russian).
- Beregovskaya T.A., Grishaeva S.A.* Generation Z: consumer behavior in the digital environment. Bulletin of the University. 2020;1:92–99. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-1-92-99>
- Biketova Ya.O.* Information and communication competence: sociological analysis and empirical measurement. Bulletin of Economics, Law and Sociology. 2015;2:180–184. (In Russian).
- Chernavin Yu.A.* Digital society: the theoretical contours of the emerging paradigm. Digital Sociology, 2021;4(2):4–12. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-4-12>
- Dombrovskaya A.Y.* Representation of Russian youth civic activity in social media. Monitoring public opinion: economic and social changes. 2021;6:203–225. (In Russian). <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2012>
- Garbuznyak A.Yu.* Public space of the new media: key actors, their status and functions. Knowledge. Understanding. Skill. 2020;4:201–209. (In Russian). <https://doi.org/10.17805/zpu.2020.4.18>

- Golovchin M.A.* The sociological dimension of the teaching community adaptive potential (on the example of the Vologda Oblast). *World of Economics and Management*. 2020;20(4):212–231. (In Russian).
- Grimov O.A., Belkina V.A.* The individual strategies of media activity of Internet users. *Digital Sociology*, 2022;5(4):38–47. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-38-47>
- Grishaeva S.A.* Social transformations in the digital environment. *Bulletin of the Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science*, 2020;1:70–81. (In Russian). <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2020-26-1-70-81>
- Gushchina I.A., Kondratovich D.L.* The adaptive component of the human potential of the Northern region population (on the example of Murmansk region). *The North and the market: the formation of an economic order*. 2008;1(20):27–31. (In Russian).
- Gureeva A.N., Kireeva P.A.* Digital platforms as subjects of conflictogenic communication: features, effects, risks. *Questions of theory and practice of Journalism*. 2022;4:753–771. (In Russian). [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11\(4\).753-771](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(4).753-771)
- Jenkins H.* *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press; 2006.
- Manovich L.* *The language of new media*. Cambridge: The MIT Press; 2002.
- Myshko F.G., Kameneva T.N.* Risks of teenagers' communication in the Internet space. *The world of science. Sociology, philology, cultural studies*. 2022;13(4):1–10. (In Russian).
- Nikolaeva E.M., Fedchenko S.S.* A selective user in the Internet space as a carrier of derivative subjectivity. *Caspian region: politics, economics, culture*. 2016;1:128–134. (In Russian).
- Ovchinnikova E.A.* The problem of the moral subject in new media. In: *Language in the coordinates of mass media, ethics and law: Proceedings of the IV International Scientific Conference*. St. Petersburg, November 09–12, 2020. St. Petersburg: St. Petersburg State University; 2020. Pp. 158–161. (In Russian).
- Polyanina A.K.* Hypernetwork model of media communication: new qualities of risks for children's audience. *Communicology*. 2021;9(4):148–159. (In Russian). <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-148-159>
- Vasilenko L.A., Meshcheryakova N.N.* *Sociology of digital society: monograph*. Tomsk: Publ. House of Tomsk Polytechnic University. (In Russian).
- Vasilenko L., Meshcheryakova N., Zotov V.* Digitalization of global society: from the emerging social reality to its sociological conceptualization. *Wisdom*. 2022;21(1):123–129. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v21i1.720>