

**Саковская Дарья Константиновна**,  
магистрант кафедры журналистики,  
Московский государственный институт культуры,  
г. Москва

Научный руководитель:  
**Быков Дмитрий Викторович**,  
кандидат филологических наук  
доцент кафедры журналистики,  
Московский государственный институт культуры,  
г. Москва

## СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НОВЫХ МЕДИА

**Аннотация:** В настоящей научной статье исследуется специфика функционирования новых медиа и их влияние на медиасистему в эпоху цифровых технологий. Целью исследования является анализ особенностей новых медиа и выявление их влияния на современное информационное общество. В статье представлен обзор основных концепций и теорий, относящихся к новым медиа, а также приводятся примеры исследований, подтверждающих значимость новых медиа в современном мире. Результаты данного исследования помогут понять специфику новых медиа и их влияние на общество, а также подчеркнуть необходимость адаптации медиасистемы к изменяющейся информационной реальности.

**Ключевые слова:** интернет, новые медиа, трансформация, СМИ, конвергентность, цифровая эпоха.

В современном информационном обществе новые медиа стали неотъемлемой частью нашей повседневности. Технологический прогресс и развитие интернета привели к возникновению новых форматов и платформ, которые изменили способы создания, распространения и потребления медиа контента. Новые медиа, такие как социальные сети, видеохостинги, стриминговые сервисы и мобильные приложения, предоставляют уникальные возможности для коммуникации, информационного обмена и развлечения.

Специфика же функционирования новых медиа проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, они характеризуются высокой интерактивностью и возможностью активного участия пользователей. Социальные сети и платформы для обмена контентом позволяют каждому человеку стать создателем и распространителем информации, что приводит к демократизации медиа сферы и разнообразию точек зрения. Во-вторых, новые медиа в значительной степени опираются на алгоритмы и машинное обучение для персонализации контента и рекомендаций. Алгоритмы анализируют предпочтения и поведение пользователей, создавая индивидуальные потоки информации, что может приводить к фильтрации и появлению информационных пузырей.

Теория «новых медиа» исследует и объясняет изменения в медиасреде, вызванные развитием интернет-технологий и компьютерных сетей. Она обращает внимание на новые формы коммуникации, социальные практики и культурные изменения, связанные с использованием интернета и цифровых технологий, изучает влияние новых медиа на общество, культуру, экономику и политику, а также развитие новых форматов коммуникации и контента.

Существует два подхода к изучению новых медиа. Первый заключается в попытках классифицировать все явления, относящиеся к новым медиа, и создать подробную типологию. Однако, быстрый темп развития IT-технологий и постоянные изменения в интернет-среде



приводят к быстрому устареванию такой классификации. Второй же подход, который авторы считают более продуктивным, заключается в поиске дифференциальных признаков новых медиа. Они предлагают рассмотреть интернет как технологическую и коммуникативную среду, характерную для новых медиа. Цифровая среда и дигитализация информации также являются ключевыми характеристиками новых медиа.

Новые медиа, помимо онлайн-сферы, находят свое применение и в офлайн-среде, предоставляя возможности для различных форм коммуникации и организации взаимодействий. Например, существуют ресурсы, предназначенные для организации офлайн-встреч, таких как мастер-классы, тренинги, конференции и другие мероприятия [1, с. 39–47].

В современном информационном обществе новые медиа оказывают значительное влияние на процессы коммуникации, создания и распространения информации, а также на социальную организацию.

Взаимодействие с медиа претерпело существенные изменения с появлением термина «новые медиа», а «традиционно восприимчивые к технологическому прогрессу и политическим изменениям современные медиасистемы отличаются особым динамизмом» [2]. Ранее люди были пассивными потребителями информации, получая ее из традиционных источников, таких как телевидение, радио и печатные издания. Однако новые медиа позволили перейти от пассивного потребления к активному участию. Пользователи стали активными создателями контента, могут делиться своими мнениями, комментировать, обсуждать и распространять информацию через социальные сети, блоги и видеохостинги, что привело к демократизации процесса коммуникации и усилению голоса обычных людей в общественном диалоге. «Сегодня интернет во многом показал, что важнее функция. Если мы меняем условия коммуникации, то меняется система, она подстраивается под это» [3].

Процессы создания и распространения информации также претерпели существенные изменения под влиянием новых медиа. Ранее создание и распространение информации были монополизированы отдельными институциональными акторами, такими как традиционные медиаорганизации. Однако новые медиа позволили обычным людям стать независимыми информационными производителями и распространителями. Благодаря доступности и простоте использования цифровых технологий, люди могут создавать и публиковать свои материалы без посредников. Это привело к разнообразию информационного контента и множеству голосов, которые могут быть услышаны в общественном пространстве, сам же «процесс конвергенции СМИ, открывающий многие новые и действительно неизвестные прежде горизонты, имеет столько же, если не больше негативных последствий» [2].

Современные инфо-коммуникативные технологии, включая медиа, предоставляют значительные возможности и преимущества. Однако они также порождают новые риски, напряженности и угрозы, которые связаны с изменением восприятия и сознания людей, нарушением важных социальных ценностей, таких как личная свобода, конфиденциальность и общение, а также с направленными изменениями в приоритетах безопасности и прав личности, под предлогом защиты общества, как это наблюдалось, например, в случае с недавней пандемией. Однако «согласно данным социологических исследований, вместо социальной консолидации часто возникает противоположный эффект – атомизации, цифрового аутизма, ориентации на собственные интересы и потребности, дистанция между поколениями, утрата навыков межличностного взаимодействия вне сети и другие» [5, с. 155].

Специфика функционирования новых медиа в контексте их влияния на трансформацию медиаэкосистемы в цифровую эпоху заключается в нескольких аспектах. Во-первых, новые медиа предоставляют широкие возможности для создания, распространения и потребления контента. С развитием цифровых технологий и интернета, каждый человек может стать производителем и потребителем информации.



Во-вторых, новые медиа характеризуются интерактивностью и вовлеченностью пользователей. В цифровой эпохе возможность комментировать, обсуждать и делиться контентом становится неотъемлемой частью медиаопыта. Пользователи активно влияют на формирование и агрегацию информации, создают собственные сообщества и генерируют контент, что приводит к разнообразию и множественности голосов.

В-третьих, новые медиа предоставляют возможность персонализации контента и адаптации под индивидуальные предпочтения пользователей. Алгоритмы искусственного интеллекта определяют рекомендации и фильтры, которые позволяют пользователям получать информацию и контент, соответствующий их интересам и предпочтениям. Это приводит к индивидуализации медиапотребления и созданию информационных пузырей.

Таким образом, можно заметить, что в эпоху цифровых технологий, влияние на развитие цивилизации как социокультурного явления стало определяющим. Информация становится главной ценностью, вокруг которой формируются и функционируют различные социальные институты, такие как экономика, политика, образование и медицина. Коммуникативные электронные технологии проникают во все сферы человеческих отношений, а специфика функционирования новых медиа заключается в их децентрализованности, интерактивности, персонализации и изменении бизнес-моделей, что влияет на трансформацию медиаэкосистемы в цифровой эпохе.

В 2000-е годы исследователи отмечали ограниченное распространение использования компьютеров и доступа к Интернету среди населения России. Согласно данным информационно-аналитических бюллетеней «Материальное положение россиян», большинство россиян в возрасте от 16 до 65 лет никогда не имели опыта работы с компьютером, а 70% не имели опыта использования Интернета.

Однако сегодняшняя ситуация выглядит совершенно иначе. Около 80% населения России старше 12 лет имеют регистрацию в социальных медиа, что соответствует наличию аккаунта в данных платформах. Общее число зарегистрированных пользователей в России превышает 70 миллионов человек. Уровень проникновения Интернета в российское общество достигает 90%, а сетевое охватывает более 90% населения.

Эти данные свидетельствуют о росте доступа к информационным технологиям и распространении цифровых практик среди населения России. Внедрение социальных медиа и интернета стало широко распространенным явлением, что указывает на изменение поведения и предпочтений российской аудитории в области коммуникации и информационного обмена.

Исследования и практическое применение новых медиа демонстрируют их сильное влияние на различные сферы общества. Особое внимание уделяется влиянию социальных сетей на общественные движения и использованию мобильных приложений для распространения информации.

Например, такие платформы как «ВКонтакте» и «Telegram», играют важную роль в формировании общественного сознания. Именно они заняли лидирующие позиции среди социальных сетей, наиболее популярных у российской аудитории. По приведённым статистическим данным «Mediascope» в феврале 2023 года, среднесуточный охват «Telegram» увеличился практически в 1,8 раза по сравнению с аналогичным месяцем предыдущего года, достигнув отметки в 41% (в сравнении с 23%). У «ВКонтакте» этот показатель вырос в 1,15 раза и составил 44% [6, с. 43–61].

Таким образом, исследования и практическое применение новых медиа подтверждают их роль в формировании и организации общественного сознания. Современное социальное общество характеризуется наличием ряда новых и особенных черт, включая развитие социальных сервисов, доступ к развлекательным сайтам без оплаты и обилие образовательного и развлекательного контента.



Социальные сети и новые медиа в целом с самого начала поставили себя в противоположность традиционному обществу и стремятся к его преобразованию и изменению через создание новых форм социальных отношений. Они вызывают перемены в общественном ландшафте, расширяют возможности коммуникации, обмена информацией и создания виртуальных сообществ.

Специфика функционирования новых медиа многогранна и связана с особыми характеристиками и возможностями, которые они предоставляют. Новые медиа отличаются от традиционных форм коммуникации и информационного обмена, таких как печатные СМИ, радио и телевидение, своими особенностями, которые определяют их влияние и важность в современном обществе. Новые медиа отличаются высокой скоростью распространения информации и широкой доступностью. Интернет позволяет достичь аудитории в любой точке мира и в режиме реального времени. Это создает новые возможности для массовой коммуникации, демократизации информационного пространства и участия граждан в общественных процессах.

Специфика же функционирования новых медиа определяется их цифровой природой, интерактивностью, доступностью и возможностью быстрого распространения информации. Эти особенности приводят к изменениям в способах коммуникации, информационном обмене, организации общественных процессов и формировании новых социальных динамик.

*Список литературы:*

1. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 4 (10). – С. 39–47.
2. Вартанова Е. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. Вып. 5 [Электронный ресурс] – URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32>.
3. Медведев С. От линка до лайка. Разрушает ли интернет русский язык? Интервью с М. Кронгаузом // Радио Свобода\*. 2015. 7 ноября [Электронный ресурс] – URL: <http://www.svoboda.org/a/27350971.html>. \* (признана иноагентом на территории РФ).
4. Гримов О.А., Белкина В.А. Индивидуальные стратегии медиаактивности интернет-пользователей // Цифровая социология. – 2022. – Т. 5. – № 4. – С. 38–47.
5. Асеева И.А. Медиариски и трансформация культуры // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. – Вып. 2 (870). – С. 149–157.
6. Васильев Н.А., Комиссаров С.Н. Социальные сети. Формирование нового социального мира // Гуманитарий Юга России. – 2021. – 4 (50). – С. 43–61.

