

КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НОВЫХ МЕДИА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А. А. Иванова

*Российский университет дружбы народов,
ул. Миклухо-Макляя, 6, 117198, г. Москва, Россия,
alina_alekseevna@mail.ru*

В данной статье приводится анализ основополагающих особенностей новых медиа в эпоху цифровизации. Актуальность настоящего анализа определяется высокой степенью популярности данных медиа в настоящий момент. Автор выделяет ключевые характеристики новых медиа, а также приходит к ряду выводов. Первостепенным из них выступает тезис о том, что принципиальным отличием новых медиа от иных СМИ является неограниченный спектр непосредственного участия аудитории в формировании контента рассматриваемых средств массовой информации.

Ключевые слова: новые медиа; цифровизация; инновации; медиа-сфера.

KEY FEATURES OF NEW MEDIA IN THE ERA OF DIGITALIZATION

A. A. Ivanova

*Peoples' Friendship University of Russia,
6, Miklouho-Maklaya Str., 117198, Moscow, Russia
Corresponding author: A. A. Ivanova (alina_alekseevna@mail.ru)*

This article provides an analysis of the fundamental features of new media in the era of digitalization. The relevance of this analysis is determined by the extremely high degree of popularity of these media at the moment. The author highlights the key characteristics of new media, and also comes to a number of fundamental conclusions. The most important of them is the thesis that the fundamental difference between new media and other media is often an unlimited range of direct participation of the audience in the formation of the content of the media considered in this study.

Key words: new media; digitalization; innovations; media sphere.

Новые медиа (или онлайн-медиа) в настоящий момент являются самым динамично развивающимся и стремительно набирающим популярность видом СМИ из четырех существующих на сегодня – мы имеем в виду, безусловно, печатные средства массовой информации (газеты и журналы), радио, телевидение и, собственно, интернет-ресурсы. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что на сегодня наблюдается предельно интенсивный онтогенез журналистики цифровой эры.

В продолжение анализа заявленного в данном исследовании вопроса нам представляется крайне актуальным и значимым выделить ключевые фундаментальные характеристики, присущие, как нам представляется, современному новому медиа. К ним необходимо отнести интерактивность, мультимедийность, а также гипертекстуальность, конвергентность и дигитализацию [2, с. 45]. В контексте обозначенных выше имманентных свойств новых медиа особенный акцент хотелось бы сделать на том факте, что рассматриваемым в настоящем исследовании средствам массовой информации присущи все перечисленные выше отличительные черты, тогда как иным СМИ (например, телевидению) могут быть характерны лишь некоторые из них (в том числе интерактивность как один из возможных вариантов).

Тем не менее, по нашему глубокому убеждению, именно интерактивность представляет собой базовую функциональную характеристику, которая во многом определяет фундаментальную основу современных новых медиа. Далее нам представляется необходимым детерминировать определение интерактивности – в данном исследовании мы придерживаемся позиции, заключающейся в том, что под обозначенной характеристикой следует понимать процесс двусторонней коммуникации между аудиторией и непосредственно самим средством массовой информации, при этом аудитория обладает потенциально широким кругом возможностей реализации своей, так называемой, «обратной связи» [2, с. 56]. Таким образом, мы приходим к следующему закономерному выводу о том, что принципиальным отличием новых медиа от иных СМИ является зачастую неограниченный спектр непосредственного участия аудитории в формировании контента рассматриваемых в настоящем исследовании средств массовой информации. При этом важно отметить, что подобное взаимодействие все чаще реализуется в режиме реального времени.

Иными словами, мы можем констатировать отчетливое стирание границ между производителями контента и аудиторией, присущее

именно новым медиа, реализующим в текущем временном периоде функцию некой платформы, позволяющей активно коммуницировать всем задействованным в данном процессе участникам медиасферы [3, с. 34].

Итак, в результате приведенного выше анализа мы подошли к следующему выводу: рассмотренная нами система взаимодействия субъектов новых медиа напрямую коррелируется с концепцией Тима О'Райли Web 2.0, предполагающей (в своей основе) трансформацию ключевого функционала аудитории в эпоху современных средств массовой информации [4, с. 67]. В рамках данной концепции нам представляется особенно актуальным тезис о максимальном интегрировании отдельных единиц новых медиа (например, интернет-сайтов) и их предельно интенсивном взаимодействии как между собой (имеется в виду, в первую очередь, система гиперссылок), так и, как было рассмотрено нами выше, между аудиторией и создателями контента новых медиа, которое, согласно нашей точке зрения, наиболее показательно отображает структуру функционирования рассматриваемых в данном материале средств массовой информации [5, с. 67].

Безусловно, хотелось бы отдельно остановиться на предельно значимом с точки зрения развития современных новых медиа аспекте – прямой взаимосвязи между разработкой и последующим массовым внедрением технологических инноваций и интенсивностью (а также, несомненно, диверсификацией) развития изучаемых нами СМИ. Иными словами, именно инновационная деятельность в рамках научного прогресса выступает в данном процессе ключевым нюансом, определяющим функциональность и, как следствие, популярность новых медиа в текущем временном периоде [6, с. 31]. Тем не менее необходимо отметить, что достижения научного прогресса в течение всех исторических эпох предопределяли вектор развития самых разнообразных сфер жизнедеятельности как всего человеческого общества в целом, так и отдельных составляющих его многообразной реализации в частности.

В контексте данного тезиса, несомненно, стоит отдельно остановиться на таких предопределивших облик всех существующих в настоящий момент видов средств массовой информации научных инновациях, как изобретение книгопечатания, передачи радио- и, позднее, телевизионного сигнала. Тем не менее в качестве заключительного вывода в

рамках данного исследования, согласно нашей точке зрения, стоит отметить, что именно новые медиа в настоящий момент являются наиболее актуальной платформой для внедрения самых передовых научных инноваций в медиасфере, как следствие предельно расширяющих их потенциальный функционал взаимодействия между всеми участниками процесса обмена информацией, а также аналитическими и иными видами материалов СМИ, предопределяющих высокую степень оперативности в презентации контента, что, в свою очередь, обеспечивает столь высокую степень актуальности новых медиа в эпоху повсеместной цифровизации.

Бібліаграфічныя спасылкі

1. *Калмыков Л. А., Коханова Л. А.* Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 383–415.
2. *Сотникова О. А.* Интернет-издание от А до Я. Руководство для веб-редактора. М.: Аспект Пресс, 2014. С. 56–63.
3. *Нильсен Я., Лоранжер Х.* Web-дизайн. Удобство использования Web-сайтов. М.: Диалектика, 2007. С. 23–37.
4. *Казаринова Д. И.* Новые медиа в современном политическом процессе. М.: Вестник РУДН, 2014. С. 128–131.
5. *Назаров М. М.* Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация. М.: Социологические исследования, 2018. С. 23–34.
6. *Прайс Дж., Прайс Л.* Текст для Web: доступность и привлекательность. М.: Вильямс, 2003. С. 87–91.