ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА И НОВЫЕ МЕДИА КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

DIGITAL CULTURE AND NEW MEDIA AS A PHENOMENON OF MODERN SOCIETY

УДК 316.77

DOI: 10.24411/2658-4964-2021-10350

Гашицкий Максим Сергеевич, студент, Пензенский государственный технологический университет, г. Пенза

Тарасова Татьяна Викторовна, доцент кафедры экономики и управления, Пензенский государственный технологический университет, г. Пенза

Gashitskiy M.S. maxgashitskiy@mail.ru

Tarasova T.V. palass06@mail.ru

Аннотация

Данная статья посвящена цифровой культуре и новым медиа, которые стали неотъемлемой частью современного общества. Приведена историческая справка, показана динамика развития технологий передачи информации. Объясняется популярность и востребованность цифровой культуры в современный период. Показаны преимущества и перспективы использования сети Интернет перед печатными изданиями. Особое внимание уделяется инфографике и интерактивности как ключевым факторам в привлечении целевой аудитории.

Summary

This article focuses on digital culture and new media that have become an integral part of modern society. The historical background is given, the dynamics of

the development of information transfer technologies is shown. The popularity and relevance of digital culture in the modern period is explained. The advantages and prospects of using the Internet over print media are shown. Special attention is paid to infographics and interactivity as key factors in attracting the target audience.

Ключевые слова: инфографика, цифровая культура, новые медиа, сеть Интернет, общество, коммуникация.

Key words: infographics, digital culture, new media, Internet, society, communication.

«Хлеба и зрелищ!» – знаменитое крылатое выражение древнеримского поэта, которого звали Децим Юний Ювенал. Эта фраза актуальна и по сей день, поскольку отражает всю суть человеческих потребностей. Если под «хлебом» мы понимаем естественную потребность человека в пище для выживания, то под словом «зрелище» можно считать не только яркие и зрелищные мероприятия с гладиаторскими боями, но и саму информацию.

Человек от природы – социальное существо, которое не может жить без информации. Первоначально люди использовали исключительно средства ближней связи – речь, слух и зрение. В то время основная потребность в обмене информации была напрямую связана с выживанием и развитием. Например, о надвигающейся опасности можно было предупредить криком, звуком барабана, как это было популярно среди африканских племен, дымом костра и другими примитивными способами. При необходимости, чтобы передать сообщение на большое расстояние, пользовались гонцами. При этом стоит отметить, что такие способы плохо работали на массовость. Слышимые и видимые сигналы доходили только до ограниченного круга лиц, которые находились достаточно близко от источника, а если говорить про большие расстояния, то передача информации занимала значительное время.

Появились печать, радио, аналоговое телевидение, и информация стала доступнее для широких масс, а время передачи значительно сократилось. Человек начал получать не только жизненно важные сообщения, но и

познавательные, культурные и развлекательные программы. Потоков информации стало больше, люди сами выбирают что почитать, что послушать, а что посмотреть. «Зритель проглотит все» – именно этот лозунг был вывешен в студиях, где еще только начинались самые первые передачи [4]. Поразителен тот факт, что зритель действительно «проглатывает» все, что ему предлагают, а все из-за потребностей человеческого организма в бесконечных информационных потоках.

Спрос рождает предложение, и прогресс шагнул дальше. Началось активное развитие и внедрение цифровых технологий. Появились сеть Интернет, новые компьютеры и множество различных гаджетов. Хоть и изначально сеть создавалась для военных целей по заказу Министерства обороны США, уже впоследствии она стала Всемирной паутиной. И уже в конце XX века зародилось понятие «новые медиа» [2]. Доступной информации стало в разы больше. Пользователи могут просматривать огромное количество такого цифрового контента, как текст, изображение, видео, аудио, а также обмениваться письмами с помощью электронной почты или общаться в режиме реального времени через чат. При этом число людей, подключенных к Всемирной паутине, растет каждый год [3]. Какие факторы послужили такой популяризации сети Интернет и почему в современном обществе так активно популярна цифровая культура?

Во-первых, доступность. Сейчас интернет уже не роскошь, а нормальное явление в жизнедеятельности человека. Подключение к сети стало доступнее как в техническом, так и в стоимостном плане. Стоит добавить, что все зависит от уровня развития той или иной страны. Наглядно это подтверждается официальной мировой статистикой, данные которой показаны в таблице 1 [6].

Таблица 1 – Мировая статистика населения и пользователей сети Интернет

Регион	Население (2021 г.), чел.	Количество пользователей сети Интернет (31 декабря 2020 г.), чел.	Процент пользователей сети Интернет от населения, %	Рост пользователей сети Интернет 2000-2021 гг., %

Африка	1 373 486 514	590 296 163	43.0	12 975
Азия	4 327 333 821	2 707 088 121	62.6	2 268
Европа (в т.ч. Россия)	835 817 917 (143 895 551)	728 321 919 (116 353 942)	87.1 (80.9)	593
Южная Америка / Карибы	659 743 522	477 869 138	72.4	2 544
Ближний Восток	265 587 661	188 132 198	70.8	5 627
Северная Америка	370 322 393	332 919 495	89.9	208
Океания / Австралия	43 473 756	29 284 688	67.4	284
ВСЕГО	7 875 765 584	5 053 911 722	64.2	1 300

Говоря о доступности, если есть подключение к сети Интернет, значит и есть доступ к огромному количеству контента. Пользователю достаточно воспользоваться популярными поисковыми системами, например, Яндекс, Google и другие. Затем нужно правильно сформулировать и сформировать свой запрос в поисковой строке, сделать пару кликов мышью и получить требуемый материал. Однако, у всего есть обратная сторона медали. Следует отметить, что на практике поиск не ограничивается лишь одной ссылкой, и пользователю приходится сравнивать данные, попутно убеждаясь в достоверности той или иной информации, поскольку нельзя полагаться только на один источник. Это обосновывается тем, что интернет, как и радио, как и телевидение может транслировать все то, что выгодно самим создателем контента. Примером могут послужить знаменитые телепередачи или видеоролики на популярных видеохостингах, завязанные на магии, мистике, ритуалах и других антинаучных явлениях, в которых занимаются, по сути, пропагандой и продажей своих товаров и услуг, являющимися «пустышками». Исходя из вышесказанного, современному человеку важно развивать критическое мышление, уметь сравнивать и оценивать предлагаемую информацию. Обладая такими навыками, можно сказать, что использование сети Интернет для поиска нужных материалов имеет преимущество перед печатными изданиями как минимум во временном факторе [5].

Во-вторых, наглядность. Данный фактор особенно хорошо себя проявляет в эпоху минимализма. Сайты имеют несложную навигацию, текст отображается

правильно, дизайн не переполнен лишними деталями, которые дают больше нагрузки на мозг. Беспокоить может только назойливая реклама, но и эта проблема решается специальными расширениями веб-браузера. Человеку проще ориентироваться, если дизайн сделан грамотно и расставлены четкие акценты. Такие вещи обычно подчеркиваются специальными графическими элементами или иконками, которые практически везде похожи и не просто так. К примеру, кнопка «домой» может отображаться в виде домика, а кнопка «настройки» в виде шестеренок. В голове человека такие ассоциации закрепляются прочными нейронными связями настолько сильно, что при посещении неизведанного сайта мы как раз и ищем подобные элементы.

Под наглядностью можно подразумевать наличие инфографики. Такой вид представления данных значительно упрощает понимание и запоминание каких-либо данных, а в работу, по большей части, включается зрительная память. Особенно полезен такой вид материала, если речь идет о сравнении. Человеку легче запомнить картинку, чем сравнить цифры и визуализировать это в голове. Инфографика может быть как статичной, так и динамичной. Статичная зачастую применяется в работах, где важно как можно понятнее показать данные. Это могут быть графики, диаграммы, схемы, а также отдельные графические элементы. Динамичная инфографика представляется в виде самостоятельного анимационного видеоматериала или является дополнением видеоролика. Стоит дополнить, что из статичной инфографики можно сделать динамичную. Такую работу обычно выполняют моушн-дизайнеры. Инфографика применяется во многих случаях. Ярким примером может послужить прогноз погоды, в котором с помощью графических элементов и анимации показываются температура, солнечная, облачная дождливая или иная погода. Зрителю проще всего так понять и запомнить информацию, чем на слуху.

В-третьих, интерактивность. Это ключевой фактор в идеологии «новых медиа», означающий способность цифровой системы реагировать на действия пользователя, в результате которых на экране могут происходить изменения или трансформации визуальных, аудиальных компонентов. Наиболее ярким

примером могут послужить компьютерные игры. Пользователь взаимодействует с объектами на экране, которые работают по написанному сценарию разработчика и получает от этого удовлетворение. С точки зрения психологии популярность игр обуславливается тем, что человек как бы переносится в «иной мир», начинает чувствовать то, чего не хватает в реальной жизни, например, признание со стороны других людей, если говорить про онлайн игры, популярность, богатство и просто яркие эмоции. Либо, напротив, не чувствует что-то, чего в жизни имеется в избытке, например, монотонность и однообразие будней. Компьютерные игры разнообразны. В одних мы чувствуем себя тем, кем хотелось бы быть, например, машинистом поезда, рыцарем, работником экстренных служб. В других уничтожаем противников, выплескивая свою агрессию, которая в реальности активно подавляется и накапливается, решаем головоломки, раскладываем предметы по местам, уходя от состояния тревоги и снимая стресс [1].

Таким образом, современное общество трудно представить без цифровых технологий и новых медиа. Это стало неотъемлемой частью человека, желающего развиваться, познавать что-то новое или просто временами расслабляться от повседневной рутины.

Список использованных источников

1. Компьютерные игры: взгляд психоаналитика [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://psychoanalitiki.ru/computers-games.html (дата обращения 23.04.2021).
2. Московкина Ю. Ю. Новые медиа как средства массовой информации / Ю. Ю. Московкина. // Молодой ученый. – 2018. – № 52 (238). – С. 239-241. – URL: https://moluch.ru/archive/238/55136/ (дата обращения: 04.05.2021).
3. Перспективы развития информационных, коммуникационных технологий в России [Электронный ресурс] – URL: http://www.mirprognozov.ru/prognosis/economics/perspektivyi-razvitiya-informatsionnyih-kommunikatsionnyih-tehnologiy-v-rossii/ru (дата обращения: 10.05.2021).

4. Соколов А.Г. Монтаж: телевидение, кино, видео: учеб. пособие / А.Г. Соколов. – 2-е изд. – М.: Изд. А. Дворников, 2000. – 242 с.
5. Сексенбаев Курманбек. Информационные технологии в развитии современного информационного общества / Курманбек Сексенбаев, Б. К. Султанова, М. К. Кисина// Молодой ученый. – 2015. – № 24 (104). – С. 191-194. – URL: https://moluch.ru/archive/104/24209/ (дата обращения: 05.05.2021).
6. Статистика мировых пользователей Интернета и статистика мирового населения на 2021 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.internetworldstats.com/stats.htm (дата обращения 22.04.2021).

Literature

1. Computer games: a psychoanalyst's view [Electronic resource]. Access mode: http://psychoanalitiki.ru/computers-games.html (date of access 23.04.2021).
2. Moskovkina Yu. Yu. New media as mass media / Yu. Yu. Moskovkina. // Young scientist. – 2018. – №. 52 (238). – p. 239-241. – URL: https://moluch.ru/archive/238/55136/ (date of access: 04.05.2021).
3. Prospects for the development of information and communication technologies in Russia [Electronic resource] – URL: http://www.mirprognozov.ru/prognosis/economics/perspektivyi-razvitiya-informatsionnyih-kommunikatsionnyih-tehnologiy-v-rossii/ru (access date: 10.05.2021).
4. Sokolov A.G. Editing: television, cinema, video: textbook. allowance / A.G. Sokolov. – 2nd ed. – M.: Ed. A. Dvornikov, 2000. – 242 p.
5. Seksenbaev Kurmanbek. Information technologies in the development of modern information society / Kurmanbek Seksenbaev, B. K. Sultanova, M. K. Kisina // Young scientist. – 2015. – №. 24 (104). – p. 191-194. – URL: https://moluch.ru/archive/104/24209/ (date of access: 05.05.2021).
6. Statistics of world Internet users and statistics of world population for 2021 [Electronic resource]. Access mode: https://www.internetworldstats.com/stats.htm (date of access 22.04.2021).