Научная статья
Original article
УДК 09.00.11

МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

MEDIA IN THE MODERN WORLD

Шомуродов Ойбек Икромович, студент 2 курса, факультет журналистики, Национальный исследовательский Томский государственный университет, Россия, г.Томск. (634045, Россия, г.Томск, Кировский район, ул. Фёдора Лыткина, дом 16) тел +7 (926) 689-27-14, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0535-863X **,** e-mail: ojbek.shomurodov@mail.ru

Shomurodov Oybek Ikromovich, 2nd year student, Faculty of Journalism, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia. (634045, Russia, Tomsk, Kirovsky district, Fedor Lytkin str., 16), ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0535-863X , e-mail: ojbek.shomurodov@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрено значение «новых медиа» в процессе формирования современных информационных технологий. Сеть Интернет даёт возможность всем обществу переписываться, передавать сведения, обговаривать разные проявления социальной жизнедеятельности способом социальных сетей. «Новые СМИ» имеют наиболее существенное значение в жизни современного человека. При этом надо учитывать и потенциально возможное негативное влияние на людей, особенно молодых, заполняя всё их свободное время.

Abstract. The article considers the importance of "new media" in the process of formation of modern information technologies. The Internet makes it possible for all

society to correspond, transmit information, discuss various manifestations of social life in the way of social networks. «New media» are of the most significant importance in the life of a modern person. At the same time, it is necessary to take into account the potentially possible negative impact on people, especially young people, filling all their free time.

Ключевые слова: информационные технологии, социальные сети, Интернет, «новые СМИ», Twitter, блоги.

Keywords: information technologies, social networks, Internet, «new media», Twitter, blogs.

В обычном восприятии под СМИ имелся в виду некоторый общественный институт, занятый сбором, оформлением и распространением различных сведений среди больших масс. Но вместо обычных СМИ на данный момент наибольшую распространенность получают «новые СМИ», «новые медиа» которые представляют из себя формат сетевого образования, включающий в себя не просто сводку, корректировку и распространение сведений, но и операции удобной обратной взаимосвязи между читателями/слушателями и авторами, а также возможности соединять людей между собой и обмениваться большими массивами сведений (социальные сети, интернет-блоги, микро-блоги и т.п.) [1]. С середины XIX века в восприятии термин «media» начинает использоваться в его новом значении - как продвижение сообщений при помощи особенных технических способов связи (почта, телеграф).

Понятие «новые медиа», применяемое как синоним понятия «цифровые медиа», получившее распространение с конца XX в., показывает различие этих цифровых медиа от традиционных, «прошлых», обычных, подчеркивает изменения и противоречия, имеющие место в медийной области [2].

Современные СМИ – это обширное понятие, термин, который возник в конце XX века, чтобы охватить соединение обычных СМИ, таких как кинофильмы (художественные и документальные), видео, музыка, устные (радио, ТВ) и письменные (пресса) СМИ, с интерактивным управлением,

компьютерными и сообщающими технологиями, позволяющими использовать компьютеры, приборы, Интернет [3].

Общественные медиа стали неотделимым элементом нового социума. Есть такие социальные сети, где зарегистрированных пользователей больше, чем численность людей во множестве государств. Существуют ресурсы для загрузки фото, видео вложений, сайты перемены статуса, ресурсы для знакомства с новыми людьми и для поиска старых товарищей.

Методы исследования.

По данным социологического опроса, произведенного аналитическим центром Юрия Левады, каждый день/почти каждый день используют Интернет 56% опрашиваемых. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что Интернет не просто вошел в нашу жизнь в роли необходимой части, но даже стал иногда заменять традиционные средства массовой информации (печатные журналы, прессу, телевидение, радио). За последние годы серьёзно поменялся демографический состав использующих российскую часть сети Интернет. На данный момент времени средний возраст пользователей Интернета около 33 лет, а его демографические особенности близки к средним по России [4].

Образцы современных «новых СМИ».

Facebook

Facebook образован в 2004 г. как социальная сеть первоначально для студентов Гарварда, но вскоре был распространён на остальные институты и учебные заведения США. К 2008 г. данная социальная сеть стала самой известной платформой коммуникаций.

Facebook не допускает настройки наружного типа (вида, профиля), как MySpace. Но в Facebook пользователи могут размещать фото, видео - папки и другим методом менять дизайн собственных страниц.

Пользователи Facebook имеют много различных способов общения между собой. Есть личная переписка, также возможно написать на странице другого пользователя. Пользователи могут легко менять собственные настройки приватности, давать возможность другим пользователям видеть различные

разделы собственных страниц на основании имеющихся взаимосвязей (главными настройками защиты данных стали «только друзья», «друзья друзей», «все»).

LinkedIn

Сеть LinkedIn была образована в 2003 г. и стала одной из первых социальных сетей, предназначенных в том числе и для коммерции.

С самого начала LinkedIn даёт возможность пользователям создавать страницу (обычную биографию) и переписываться между собой при помощи личной переписки. Через некоторое время к услугам LinkedIn присоединились другие возможности, так же группы, форумы вопросов и ответов, обширные действия страниц, так же – возможности обновления статуса в реальном времени.

MySpace

Социальная сеть MySpace была создана в 2003 г. К 2006 г. она стала уже одной из самых известных по всему миру. MySpace отличается тем, что предоставляет пользователям право полностью настроить внешний вид своих страниц. Пользователи также могут загружать музыкальные композиции на MySpace и добавлять на свои страницы видеофайлы из прочих интернет- сайтов.

Вначале MySpace позволила вести общение при помощи своих переписок, ответов, на профиле пользователя, и объявлений, посылаемых всем друзьям, при регистрации пользователь приобретает свой личный блог. С 2006 г. в MySpace предоставлен MySpace IM, получатель моментальных сообщений, который даёт возможность пользователям переписываться со своими друзьями.

Обновления в реальном режиме. Twitter

Обновления в реальном времени стали новой нормой в социальных медиа. С возникновением сервиса Twitter в 2006 г., обновления статуса стали новым правилом в социальных медиа. На сегодняшний день практически все социальные сети располагают функцией обновлений статуса в реальном режиме.

Twitter создал порядок использования других ресурсов и приложений, когда стал большим ресурсом, чем обыкновенным сайтом. Существуют

пользовательские приложения для обновления Twitter-аккаунтов, сайты для отслеживания за обновлениями Твиттов и сайты для постов фото и видео файлов только на Twitter [5].

Особенности социальных сетей как вида СМИ

Социальные средства массовой информации предоставили пользователям сети Интернет право скоро и быстро загружать свои медиа ролики под своими именами. Социальные медиа предоставили собственной аудитории, во многом разочарованной традиционными СМИ, значительно более новые и динамичные инструменты взаимодействия и участия. Для того чтобы опубликовать собственный текст, уже не надо было трудиться в редакции прессы или журнала, иметь особенные умения и даже способности – Интернет раскрыл большие возможности для молодых писателей, поэтов, музыкантов, композиторов, художников и т.д.

Социальная сеть отлична от блога тем, что у пользователей социальных сетей нет потребности затрачивать много времени на поддержку своей активности непрерывными текстами и обновлениями; им не надо располагать выдающимися возможностями в сфере написания текста. Любой принимающий участие в социальной сети формирует коммуникацию с конкретной аудиторией, которой интересно по тем или другим факторам общение с ним.

По этим наблюдениям учёным из Фонда формирования гражданского общества, самые популярные интернет-сайты - это вначале поисковые схемы: «Яндекс», Google, медийные порталы: Mail.ru, Rambler, Qip.ru; социальные сети: Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Fotostrana, Blogspot; новостные сайты Rbc.ru, Ria.ru; блогосервисы: Livejournal, Twitter, Liveinternet; коммерция: Avito, Biglion, Marketgid; другое: Wikipedia, Gismeteo, Kinopoisk, Rutracker, Depositfiles.

Исследование «новых медиа»

При исследовании «новых медиа» профессионалы выделили следующие особенные черты:

- большая и удобная возможность получать нужные пользователю сведения;

-распространение возможностей обратных сообщений, которые позволяют людям взаимодействовать с истоком сведений;

- по сравнению с обычными, «новые» СМИ более динамичны;

- повышенная мера индивидуальности сведений масс-медиа;

- коннективность, т.е. вероятность не только соединять людей между собой, но и давать возможность обмениваться большим объёмом сведений.

Известный и популярный учёный этой проблемы Л. Манович в собственном исследовании «The language of new media» провёл грань между «новыми» и обычными средствами массовой информации [6]. Результатом его изучения стали пять показателей, правил, которые он подчёркивает:

1) общее понятие (все пункты «новых медиа» представляют из себя в заключительном итоге цифровой код, т.е. очерёдность нулей и единиц);

2) модульность (любой элемент «новых медиа», стал частью всего объекта, к примеру веб-страница выступает элементом веб-сайта);

3) автоматизация (первые два правила сделали вероятным автоматизировать множество функций, взаимосвязанных с проектом, возможностями пользователей и манипулированием продуктов новой среды);

4) изменчивость (объект новых медиа возможно менять, и он может быть в бесчисленном числе вариаций);

5) транскодинг (профессиональное понятие, обозначающее непосредственный переход от одного цифрового формата в иной).

Формирование «новых СМИ» неразделимо взаимосвязано с «информационной революцией». К данному моменту произошли несколько волн информационных изменений.

Сначала волна была связана с появлением письменности на заре древних цивилизаций, когда возникли средства оставлять какие-нибудь сведения на материальном носителе (глиняные и деревянные таблички, кожа, пергамент, бумага).

Другая волна стала результатом изобретения печатного станка Иоганном Гутенбергом в XV веке, что предоставило особую возможность – выпуска масштабного информационного продукта.

Последующие волны информационных перемен - возникновение в жизни людей таких феноменов, как радио и телевидение.

В роли четвертой волны информационных изменений в мире сейчас многие обозначают появление в нашей жизни всемирной сети Интернет, что дало основание и условия для формирования «новых медиа» [7].

На самом деле, в итоге быстрого формирования информативных и коммуникационных технологий и особенно технологий, взаимосвязанных с применением всемирной сети Интернет, образ современного социума серьёзно поменялся. Под влиянием интернет-технологий сейчас оказались все области социальной жизни – экономика, политика, социальные стратегии, финансы, образование, воспитание, культура, даже религия [8,9,10,11].

С точки зрения новых возможностей коммуникации, Интернет представляет собой уникальный феномен. Особо выдающимся стало то воздействие, которое сеть Интернет оказывает на медиасреду. Исследование перемен в сфере медиарынка даёт возможность размышлять о том, что в итоге сильного влияния цифровых технологий, работы с информацией и распространения «глобальной паутины» старые медиа (газетные, теле- и радиовещательные) будут менять (и уже меняют) собственную природу настолько, что вышло совсем другое их проявление - медиа, работающие во всемирной сети. Как теоретики, так и практики в сфере масс-медиа пришли заключению о том, что Интернет сейчас необходимо рассматривать как перспективу медиа бизнеса, базу медиа технологий XXI века, дающую особенные возможности для медиа рынка [12].

При этом перемены, возникающие на медиа-рынке, оказались магистральными. Перестройка рынка спроса и рынка рекламы в пользу сетевой прессы происходит прямо перед нашими глазами.

Если посмотреть динамичность перемен медиа технологий как процедуры во времени, то можно увидеть, что до 1980-х гг. формирование медиа представляло из себя поступающую линейную процедуру, растянувшуюся на много веков. Коммуникационный прорыв, который в своё время был спровоцирован созданием печатного станка, изданием первой литературы, позже - первой прессы (что уже имело в виду масштабность информационного продукта), а после и возникновением основных участников медиа сферы XX в. - радио и телевидения, с точки зрения понятия формы появившихся медиа технологий за данное множество веков при всей массовости процедуры показывал развитость и взаимодействие только двух форматов медиа – печатающей и аналоговой.

В свой черёд, вместе с формированием «новых СМИ» возникла другая система Web 2.0, которая подразумевает активное применение, так же, технологий «новых СМИ». Самым успешным и известным в сети Интернет примером «новых медиа» можно считать всемирную интернет-энциклопедию «Википедия». Пользователи «Википедии» могут сами писать статьи, дополнять их, предоставлять ссылки для достоверности напечатанного, что невозможно было бы осуществить в простой вариации энциклопедии. В то же время - это самый яркий образец перехода от программы Web 1.0 к программе Web 2.0.

Как уже было упомянуто, «новые СМИ» стали сетевой динамичной версией, включающей в себя функции удобных обратных сообщений между авторами и читателями, по значению это такая платформа для выражения личных взглядов, его обсуждения. С данным обстоятельством взаимосвязано множество социально значительных происшествий, которые располагают собственным отображением в интернет-блогах, Twittere, социальных сетях и т.п.

В роли образца рассмотрим одну из данных ситуаций - происшествия 10-15 октября 2013 года в одном из районов Москвы – в Бирюлёво.

Соответственно наблюдениям, положение в Бирюлево привлекло большое внимание как в Москве, так и спровоцировало обсуждения по всей России: мониторинг зарегистрировал обсуждение этой тематики в 1296 городах России.

Самое большое число сообщений - Москва (47%), на втором месте - Санкт-Петербург (11%).

Если рассуждать о платформах, на которых совершалось обсуждение, то наиболее активно тема прозвучала в области Twittera (58% сообщений). На втором месте - Вконтакте (23%). Если рассуждать о возрастном цензе говорящих об этой теме, то сначала она получила наибольший отклик среди 25-34-летних пользователей (38%).

Соответственно опросу Левада-центра, произведенному 18-22 июля 2013 года, 54% населения России применяют «социальные сети» один раз в месяц и чаще. При этом в августе 2011 года таких было в общем 32% - таким образом, больше половины населения подвержены воздействию данных интернет-ресурсов [13].

Вторая половина населения - люди старших поколений, которым пока ещё нелегко понять новые технологии, а соответственно, в достаточной мере применять все функции сети Интернет. Эта версия подтверждена такими сведениями: число использующих сеть Интернет в России выросло с 52% до 62%. Больше всего пользователей среди студентов и учащихся (92%), специалистов, руководителей, управленцев (по 91%), а меньше всего - среди пенсионеров (15%). Среди россиян моложе 25 лет пользователей Интернета 91%, в возрасте 25-40 лет - 84%, старше 55 лет - 23%.

По степени развитости и увеличения воздействия «новых СМИ» на людей, их стали применять и в политических целях - проведение информационных дискуссий, мобилизации людей через разные социальные сети и Twitter.

Самым первым образцом того, что «новые СМИ» стали рычагом военного противостояния, стал грузино-южноосетинский конфликт 8-12 августа 2008 г., так называемая «пятидневная война». После этого последовала «арабская весна», где «новые СМИ» являлись основным инструментом противоборства в ходе антиправительственных волнений на Ближнем Востоке.

Также необходимо привести в качестве примера данные интернет-сервиса «Google блоги», согласно которому только за период с 10 по 15 октября 2013

года в связи с общественными волнениями в одном из районов г. Москвы на просторах сети Интернет появилось более 33 700 записей с тегом «беспорядки в Бирюлёво» [14]. Для сравнения можно привести данные о грузино-южноосетинским конфликте, который произошел в августе 2008 года. Тогда за период с 8 по 12 августа 2008 года в сети Интернет, по данным того же интернет-сервиса, появилось около 4500 записей с тегом «вооруженный конфликт 2008» [15]. Приведенные цифры говорят сами за себя о, безусловно, возросшей с 2008 по 2013 гг. роли и популярности такого вида «новых СМИ», как интернет-блоги.

Таким образом, с одной стороны, современный человек предпочитает сетевое общение живому; Интернет занимает большую часть его жизни, что приводит к некоторой деградации, а именно: люди меньше читают, реже ходят в библиотеки, театры, музеи, впоследствии это всё приводит к снижению уровня мыслительных процессов и общего умственного развития.

С другой стороны, «новые СМИ» позволяют очень быстро и оперативно по сравнению с традиционными СМИ обмениваться большим объемом информации; в сети Интернет иногда можно получить доступ к информации раньше, чем ее будут транслировать по телевидению, смотреть телепередачи повторно, найти нужную информацию и людей [16]. Службы безопасности многих стран используют возможности «новых СМИ» с целью быстрого и более достоверного получения сведений из баз данных, что позволяет отследить или узнать место нахождения особо опасных преступников и международных террористов. Используя возможности интернет-сервиса Skype, мы можем заниматься образовательной деятельностью (изучать иностранные языки с носителем языка, который в этот момент может находиться в другой точке земного шара), можем обмениваться информацией, событиями, происходящими в нашей жизни, и новостями, не просто переписываясь или как обычно разговаривая по телефону, но и видя друг друга через веб-камеру.

Выводы

Подводя итоги всему вышесказанному, можно сделать несколько небольших выводов:

- «новые СМИ» завоевали свою аудиторию за относительно небольшой период и продолжают увеличивать ее и в настоящее время;

- развитие «новых СМИ» расширяет возможности доступа общества к информации, увеличивается скорость ее распространения;

- в связи с революционными событиями (Египет, Ливия, Сирия, Кыргызстан) возрастает роль компьютерных технологий в сфере государственного политического управления [17];

- благодаря использованию «новых СМИ» упрощаются задачи мобилизации населения с целью совершения им конкретных действий (организация массовых общественных выступлений, забастовок и т.д.);

- с развитием «новых СМИ» увеличивается ответственность политиков, государственных служащих за принимаемые ими решения и совершенные деяния, так как это может повлечь за собой бурное обсуждение в сети Интернет и, впоследствии, перенестись на улицу в виде общественных волнений;

- с другой стороны, «новые медиа» - это воплощение одного из главных принципов демократии - плюрализма [18];

- в настоящее время «новые медиа» пользуются популярностью у молодого поколения больше, чем у старшего, старшее поколение отдает предпочтение традиционным средствам массовой информации.

Список использованной литературы:

1. Manovich L. The Language of New Media // MIT Press, 2001. P. 49-63.
2. Азбука начинающего пользователя: Методические материалы по программе «Интернет-технологии для учителя-предметника». Орел: Труд, 2005. - 100 с.
3. Беспорядки в Бирюлево: отражение инцидента в зеркале социальных медиа // Фонд содействия изучению общественного мнения. URL: http://vox-populi.ru/pr-unrest.phtml (дата обращения: 09.10.2021 г.)

4. Гапич А.Э., Лушников Д.А. Технологии «цветных революций». М.: РИОР, 2010.
5. Горошко Е.И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении // Вестник Тверского государственного университета. 2011. - № 3. - С. 11-20.
6. Государство и граждане в электронной среде: теория и технологии исследований. СПб.: Ун-т ИТМО, 2015. - 203 с.
7. Дискурсология и медиакритика современных средств массовой информации. Белгород: Политерра, 2019. - 386 с.
8. Интернет и социальные сети в России // Автономная некоммерческая организация Аналитический центр Юрия Левады. URL: http://www.levada.ru/20-08-2013/mtemet-i-sotsialnye-seti-v-rossii (дата обращения: 09.10.2021 г.)
9. Количество пользователей Интернета в России и другие показатели веб-аудитории // Интернет в России и мире. URL: http://www.bizhit.ru/index/ users_count/0-151 (дата обращения: 09.10.2021 г.)
10. Лободенко Л.К. Массовые коммуникации и медиапланирование. Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2011. - 181 с.
11. Манойло А.В. Информационно-психологическая война в вооруженном конфликте в Южной Осетии // Власть. 2009. № 9. С. 81-85.
12. Марков Б.В. Демократия и Интернет // Технологии информационного общества. Интернет и современное общество: Материалы Всероссийской конференции. Санкт-Петербург, 20-24 ноября 2000 г. СПб., 2000. С. 43-47.
13. Новые СМИ // Encyclopedia Encydia. URL: http://ru.encydia.com/en/Новые_СМИ (дата обращения; 09.10.2021 г.)
14. Соколова Н.Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху // Международный журнал исследования культуры. СПб., 2012. № 3(8). С. 7.
15. Средства массовой информации = Mass Media. Омск : Изд-во ОмГУ, 2006. - 209 с.
16. Черных А. Мир современных медиа. М.: Территория будущего. 2007. 309 с.

17. Шестеркина Л.П., Булаева М.Н. Создание мультимедийного лонгрида в условиях образовательного процесса. Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2016. - 29 с.
18. Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра. СПб.: СПбГУП, 2014. - 109 с.

References

1. Manovich L. The Language of New Media // MIT Press, 2001. P. 49-63.
2. The ABC of a novice user: Methodological materials for the program "Internet technologies for a subject teacher". Orel: Trud, 2005. - 100 p.
3. Riots in Biryulyovo: reflection of the incident in the mirror of social media // Foundation for the Promotion of the Study of Public Opinion. URL: http://vox-populi.ru/pr-unrest.phtml (date of reference: 09.10.2021)
4. Gapich A.E., Lushnikov D.A. Technologies of "color revolutions". Moscow: RIOR, 2010.
5. Goroshko E.I. "Tweeting" genre 2.0 Twitter or what's new in virtual genre studies // Bulletin of Tver State University. 2011. - No. 3. - pp. 11-20.
6. The state and citizens in the electronic environment: theory and research technologies. St. Petersburg: ITMO University, 2015. - 203 p.
7. Discursology and media criticism of modern mass media. Belgorod: Polyterra, 2019. - 386 p.
8. Internet and social networks in Russia // Autonomous non-profit organization Analytical Center of Yuri Levada. URL: http://www.levada.ru/20-08-2013/mtemet-i-sotsialnye-seti-v-rossii (accessed: 09.10.2021)
9. The number of Internet users in Russia and other indicators of the web audience // Internet in Russia and the world. URL: http://www.bizhit.ru/index / users_count/0-151 (accessed: 09.10.2021)
10. Lobodenko L.K. Mass communications and media planning. Chelyabinsk: SUSU Publishing Center, 2011. - 181 p.
11. Manoilo A.V. Information and psychological warfare in the armed conflict in South Ossetia // Power. 2009. No. 9. pp. 81-85.

12. Markov B.V. Democracy and the Internet // Information society technologies. Internet and Modern Society: Materials of the All-Russian Conference. St. Petersburg, November 20-24, 2000, St. Petersburg, 2000. pp. 43-47.
13. New Media // Encyclopedia Encydia. URL: http://ru.encydia.com/en/NOVY_SMI (accessed; 09.10.2021)
14. Sokolova N.L. Digital culture or culture in the digital age // International Journal of Cultural Research. SPb., 2012. № 3(8). P. 7.
15. Mass Media = Mass Media. Omsk : Publishing House of OmSU, 2006. - 209 p.
16. Chernykh A. The world of modern media. M.: Territory of the future. 2007. 309 p.
17. Shesterkina L.P., Bulaeva M.N. Creation of a multimedia longrid in the conditions of the educational process. Chelyabinsk: SUSU Publishing Center, 2016. - 29 p.
18. Electronic mass media: yesterday, today, tomorrow. St. Petersburg: SPbGUP, 2014. - 109 p.

© Шомуродов О.И., 2022 Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №4/2022.

Для цитирования: Шомуродов О.И., Медиа в современном мире//Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №4/2022.