

УДК 32.019.51

РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ «НОВЫХ СМИ» В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

© 2014 г.

Е.С. Припоров

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

esriporov@yandex.ru

Поступила в редакцию 23.04.2014

Рассматривается роль «новых медиа» в развитии информационных технологий. Сеть Интернет позволяет людям общаться, передавать информацию, обсуждать различные явления общественной жизни посредством социальных сетей. «Новые СМИ» стали играть всё более заметную роль в жизни общества, но при этом они не всегда приносят только пользу, они могут негативно воздействовать на человека, занимая всё его свободное время.

Ключевые слова: информационные технологии, социальная сеть, «новые СМИ», Twitter, блоги.

По данным одного из последних социологических опросов, проведенных аналитическим центром Юрия Левады [1], ежедневно/практически ежедневно пользуются Интернетом 56% опрошенных респондентов. Этот факт говорит о том, что Интернет не просто полностью вошел в нашу жизнь в качестве неотъемлемого элемента, но даже стал порой заменой традиционных средств массовой информации (печатных журналов, газет, телевидения и радио). В традиционном понимании под СМИ подразумевался некий социальный институт, занимающийся сбором, обработкой и распространением информации на массовую аудиторию. Вместо традиционных СМИ в настоящее время широкую популярность приобретают «новые СМИ», «новые медиа» которые представляют собой динамичное сетевое образование, включающее в себя не только сбор, обработку и распространение информации, но и функцию удобной обратной связи между аудиторией и автором, а также способность связывать людей друг с другом и обмениваться огромным объемом данных (социальные сети, интернет-блоги, микроблоги и т.д.). С середины XIX в. понятие *media* начинает употребляться в его современном смысле – как распространение сообщений с помощью особых технических средств связи (почта, телеграф) [2].

Термин «новые медиа», используемый как синоним термина «цифровые медиа», указывает на отличие цифровых медиа от аналоговых, «старых», традиционных, подчеркивает революционность перемен, происходящих в медийной сфере [3].

За последние четыре года изменился демографический состав пользователей российской части сети Интернет. В настоящее время средний возраст пользователя составляет 33 года, а

его демографические характеристики близки к средним по России в целом [4].

Новые СМИ – широкий термин, который появился в конце XX столетия, чтобы охватить объединение традиционных СМИ, таких как фильм, изображения, музыка, произносимое и написанное слово, с интерактивной властью компьютерной технологии и коммуникационных технологий, позволенных компьютером потребительских устройств и, что наиболее важно, с Интернетом [5].

Социальные медиа стали неотъемлемой частью современного общества. Существуют такие социальные сети, где зарегистрированных пользователей больше, чем население многих стран. Есть сайты для загрузки фотографий, видео файлов, сервисы изменений статуса, сайты для встречи с новыми людьми и для нахождения старых друзей.

Примеры современных «новых СМИ».

Facebook

Facebook в 2004 году создан как социальная сеть для студентов Гарварда, но он быстро распространился на другие университеты и школы. В 2008 году эта социальная сеть стала самым популярным сервисом на тот момент.

Facebook не позволяет такие же настройки внешнего вида профиля, как и MySpace. Однако в Facebook пользователи могут размещать фотографии, видеофайлы и иным способом изменять вид своих профилей.

Пользователи имеют несколько разных вариантов общения друг с другом. Доступны личные сообщения, также можно написать на стене другого пользователя. Пользователи могут с легкостью изменить свои настройки конфиденциальности и позволить разным пользователям увидеть разные части своих профилей на основе существующих взаимоотношений (основными

настройками конфиденциальности являются «только друзья», «друзья друзей» и «все»).

LinkedIn

LinkedIn была создана в 2003 году и стала одной из первых социальных сетей, посвященных бизнесу.

С самого начала LinkedIn позволяла пользователям создавать профиль (обычное резюме) и общаться друг с другом посредством личных сообщений.

Постепенно были добавлены также другие функции, включая группы, форумы вопросов и ответов и расширенные функции профилей, включая обновления статуса в реальном времени.

MySpace

Социальная сеть MySpace была основана в 2003 году и к 2006 году стала уже одной из самых популярных в мире.

MySpace отличилась тем, что давала пользователям возможность полностью настроить внешний вид своих профилей. Пользователи также могли загрузить музыкальные композиции на MySpace и добавить в свои профили видеофайлы из других интернет-ресурсов.

Изначально MySpace позволяла общаться посредством личных сообщений, комментариев, оставленных на профиле пользователя, и объявлений, отправляемых всем друзьям, при регистрации пользователь получает свой собственный блог.

В 2006 году MySpace представила MySpace IM, клиент мгновенных сообщений, который позволял пользователям общаться со своими друзьями.

Обновления в реальном времени

Обновления в реальном времени стали новой нормой в социальных медиа. С появлением сервиса Twitter в 2006 году, обновления статуса стали новой нормой в социальных медиа. На данный момент почти все социальные сети имеют функцию обновлений статуса в реальном времени.

Twitter

Twitter был основан в 2006 году и получил большую популярность. Twitter породил ряд сторонних сайтов и приложений, становясь больше платформой, чем простым сервисом. Существуют клиентские приложения для обновления Twitter-аккаунтов, сервисы для слежения за обновлениями Твиттов и сервисы для постинга фотографий и видео файлов непосредственно на Twitter.

Социальные средства массовой информации предоставили пользователям сети Интернет возможность быстро и легко выкладывать свои медиасюжеты под собственными именами. Социальные медиа предложили своей аудитории,

во многом разочарованной в традиционных СМИ, принципиально новые инструменты взаимодействия и участия. Для того чтобы опубликовать свой текст, уже не надо было работать в редакции газеты или журнала, обладать специфическими знаниями и даже талантом – Интернет открыл широкие возможности для молодых авторов.

Социальная сеть отличается от блога тем, что у пользователей социальных сетей нет необходимости тратить много времени на поддержание своей активности постоянными постами и обновлениями; им не нужно иметь выдающихся способностей в области написания текстов. Каждый участник социальной сети развивает коммуникацию с определенной аудиторией, которая по тем или иным причинам заинтересована в общении с ним.

По данным исследования специалистов Фонда развития гражданского общества, наиболее посещаемые интернет-ресурсы в России – это прежде всего поисковые системы: «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 [4].

При изучении «новых медиа» специалисты выделяют следующие характерные особенности:

- широкий и удобный доступ к необходимой пользователю информации;
- расширение возможностей обратной связи, которое позволяет аудитории взаимодействовать с источником информации;
- в отличие от традиционных, «новые» СМИ более динамичны;
- высокая степень индивидуализации данных массмедиа;
- коннективность, т.е. возможность не только связывать людей друг с другом, но и позволять обмениваться огромным объемом информации.

Один из известных и авторитетных исследователей данной проблематики Л. Манович в своей работе «The language of new media» [6] проводит границу между «новыми» и традиционными средствами массовой информации. Итогом его исследования являются пять критериев, принципов, которые он выделяет:

- 1) числовое представление (все объекты «новых медиа» представляют собой в конечном счете цифровой код, т.е. последовательность нулей и единиц);
- 2) модульность (каждый элемент «новых медиа», с одной стороны, является частью целого, единого объекта, например веб-страница является частью веб-сайта);

3) автоматизация (первые два принципа делают возможным автоматизировать многие операции, связанные с проектированием, доступом пользователей и манипулированием продуктами новой среды);

4) изменчивость (объект новых медиа можно изменять, и он может существовать в бесконечном количестве версий);

5) транскодинг (профессиональный термин, означающий прямой перевод одного цифрового формата в другой).

Развитие «новых СМИ» неразрывно связано с информационными революциями. К настоящему моменту произошло несколько волн информационных революций. Первая волна связана с возникновением письменности на заре древних цивилизаций, когда появилась возможность сохранять какую-либо информацию на материальном носителе (пергамент, бумага). Вторая волна стала итогом создания печатного станка Иоганном Гутенбергом в XV веке, что дало уникальную возможность – выпуск массового информационного продукта. Третья волна информационной революции ознаменовала появление в мире человека таких феноменов, как радио и телевидение. В качестве четвертой волны информационной революции в мире сегодня многие называют возникновение в нашей жизни глобальной сети Интернет, что подготовило почву и все условия для развития «новых медиа».

Действительно, в результате стремительного развития информационных и коммуникационных технологий и особенно технологий, связанных с использованием глобальной сети Интернет, облик современного общества существенно изменился. Под воздействием интернет-технологий сегодня оказываются все сферы общественной жизни, в том числе и политика, и экономика, и культура. С точки зрения нового средства коммуникации, Интернет представляет уникальный феномен. Особенно впечатляющим выглядит то влияние, которое сеть Интернет оказывает на медиасреду. Анализ изменений в области медиарынка позволяет говорить о том, что в результате мощного воздействия цифровых технологий, работы с информацией и распространения «глобальной паутины» старые медиа (газетные, теле- и радиовещательные) изменяют свою традиционную природу настолько, что на свет появляется совершенно новое явление – медиа, функционирующие в глобальной сети. Как теоретики, так и практики в области массмедиа приходят к выводу о том, что Интернет сегодня следует рассматривать как будущее медиабизнеса, основу медиатехнологий XXI в. Возможности, которые глобальная паутина предоставляет медиарынку, уникальны.

При этом изменения, происходящие на медиарынке, кажутся магистральными. «Передел рынка внимания и рынка рекламы в пользу сетевых изданий совершается непосредственно на наших глазах».

Если проследить динамику смены медиатехнологий как процесса, развернутого во времени, нетрудно заметить, что до 1980-х гг. развитие медиа представляло собой поступательный линейный процесс, растянутый на несколько столетий. Коммуникационный взрыв, который в свое время был вызван изобретением печатного станка, выпуском первой книги, потом – первой газеты (что уже подразумевало массовость информационного продукта), а затем и появлением главных игроков медиасферы XX в. – радио и телевидения, с точки зрения формата родившихся медиатехнологий за эти несколько столетий при всей масштабности процесса представлял развитие и сосуществование лишь двух форм медиа – печатной и аналоговой.

В свою очередь, параллельно с развитием «новых СМИ» появилась концепция Web 2.0, которая предполагала активное использование, в том числе, технологий «новых СМИ». Одним из наиболее успешных и популярных в сети Интернет примеров «новых медиа» можно считать интернет-энциклопедию «Википедия». Пользователи «Википедии» имеют возможность сами написать статью, дополнить ее, привести ссылки для доказательства и подтверждения написанного, чего нельзя сделать в обычной версии интернет-энциклопедии. В то же время это наиболее показательный пример перехода от концепции Web 1.0 к концепции Web 2.0.

Как я уже упоминал, «новые СМИ» являются сетевым динамичным образованием, включающим в себя функцию удобной обратной связи между автором и аудиторией, по сути это некая площадка для выражения собственного мнения, его обсуждения. В связи с этим фактом многие общественно значимые события имеют своё отражение в интернет-блогах, Twitter, социальных сетях и т.д.

В качестве примера я рассмотрю один из таких случаев – события 10–15 октября 2013 года в г. Москве в Бирюлёво.

Согласно мониторингу, ситуация в Бирюлёво получила широкий резонанс не только в Москве, но и вызвала обсуждения по всей стране: исследование зафиксировало обсуждение данной темы в 1296 городах Российской Федерации. Наибольшее количество сообщений приходится на г. Москву (47%), на втором месте – г. Санкт-Петербург (11%) [7].

Если говорить о площадках, на которых происходило обсуждение, то наиболее активно

тема звучала в пространстве Twitter (58% сообщений). На втором месте – Вконтакте (23%). Если говорить о возрастном портрете обсуждающих данную тему, то прежде всего она нашла отклик среди 25–34-летних пользователей (38%) [7].

Согласно опросу Левада-центра, проведенному 18–22 июля 2013 года, 54% населения Российской Федерации используют «социальные сети» один раз в месяц и чаще. При этом в августе 2011 года таких было всего 32% [1] – то есть теперь уже больше половины населения подвержены влиянию данных интернет-сервисов.

Вторая половина населения – люди старшего поколения, которым пока еще трудно освоить новые технологии, а соответственно, в полном объеме использовать все возможности сети Интернет. Это предположение подтверждается следующими данными: за последние два года количество пользователей сети Интернет в России возросло с 52% до 62%. Больше всего пользователей среди студентов и учащихся (92%), специалистов, руководителей и управленцев (по 91%), а меньше всего – среди пенсионеров (15%) [8]. Среди россиян моложе 25 лет пользователей Интернета 91%, в возрасте 25–40 лет – 84%, а старше 55 лет – 23% [9].

По мере развития и усиления влияния «новых СМИ» на общество, их стали использовать в политических целях – ведения информационных войн, мобилизации населения арабских государств через различные социальные сети и Twitter.

Одним из первых примеров того, когда «новые СМИ» стали инструментом военного противостояния, является грузино-южноосетинский конфликт 8–12 августа 2008 года, так называемая «пятнадцатидневная война». После этого последовала «арабская весна», где «новые СМИ» являлись основным инструментом противостояния в ходе антиправительственных волнений на Ближнем Востоке.

Также считаю необходимым 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». Для сравнения можно привести данные о грузино-южноосетинском 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». Приведенные цифры говорят сами за себя о, безусловно, воз-

росшей за последние годы 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, с моей точки зрения, к некоторой деградации, а именно: люди меньше читают, реже ходят в библиотеки, театры, музеи и впоследствии это всё приводит к снижению уровня мыслительного процесса и 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. 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.

Подводя итог 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 последними революциями (Египет, Ливия, Сирия) возрастает роль компьютерных технологий в сфере государственного политического управления;
- благодаря использованию «новых СМИ» упрощается задача 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 принципов демократии – плюрализма;

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

Список литературы

1. Интернет и социальные сети в России // Автономная некоммерческая организация Аналитический центр Юрия Левады. URL: <http://www.levada.ru/20-08-2013/internet-i-sotsialnye-seti-v-rossii> (дата обращения 10.11.2013).
2. Черных А. Мир современных медиа. М.: Территория будущего. 2007. 309 с.
3. Соколова Н.Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху // Международный журнал исследования культуры. СПб., 2012. № 3(8). С. 7.
4. Доклад «РУНЕТ СЕГОДНЯ: исследование российского Интернета» // Фонд развития гражданского общества. URL: <http://civilfund.ru/mat/view/39> (дата обращения 10.11.2013).
5. Новые СМИ // Encyclopedia Encydia. URL: http://ru.encydia.com/en/Новые_СМИ (дата обращения 10.11.2013).
6. Manovich L. The Language of New Media / MIT Press, 2001. P. 49–63.
7. Беспорядки в Бирюлево: отражение инцидента в зеркале социальных медиа // Фонд содействия изучению общественного мнения. URL: <http://voxpopuli.ru/pr-unrest.phtml> (дата обращения 10.11.2013).
8. Цели и конфиденциальность россиян в Интернете // Автономная некоммерческая организация Аналитический центр Юрия Левады. URL: <http://www.levada.ru/11-11-2013/tseli-i-konfidentsialnost-rossiyan-v-internete> (дата обращения: 08.12.2013).
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: 08.12.2013).

THE ROLE AND INFLUENCE OF THE «NEW MEDIA» IN THE MODERN WORLD

E.S. Priporov

We examine the role of the «new media» in the development of information technology. The Internet allows people to communicate, to transmit information, to discuss the various events of social life through networks. The «new media» began to play an important role in our society, but along with their advantages they may also adversely affect the person occupying all of his/her free time.

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

References

1. Internet i social'nye seti v Rossii // Avtonomnaya nekommercheskaya organizaciya Analiticheskij centr Yuriya Levady. URL: <http://www.levada.ru/20-08-2013/internet-i-sotsialnye-seti-v-rossii> (data obrashcheniya 10.11.2013).
2. Chernyh A. Mir sovremennyh media. M.: Territoriya budushchego. 2007. 309 s.
3. Sokolova N.L. Cifrovaya kul'tura ili kul'tura v cifrovuyu ehposhu // Mezhdunarodnyj zhurnal issledovaniya kul'tury. SPb., 2012. № 3(8). S. 7.
4. Doklad «RUNET SEGODNYA: issledovanie rossijskogo Interneta» // Fond razvitiya grazhdanskogo obshchestva. URL: <http://civilfund.ru/mat/view/39> (data obrashcheniya 10.11.2013).
5. Novye SMI // Encyclopedia Encydia. URL: http://ru.encydia.com/en/Novye_SMI (data obrashcheniya 10.11.2013).
6. Manovich L. The Language of New Media / MIT Press, 2001. P. 49–63.
7. Besporyadki v Biryulevo: otrazhenie incidenta v zerkale social'nyh media // Fond sodejstvija izucheniya obshchestvennogo mneniya. URL: <http://voxpopuli.ru/pr-unrest.phtml> (data obrashcheniya 10.11.2013).
8. Celi i konfidencial'nost' rossiyan v Internete // Avtonomnaya nekommercheskaya organizaciya Analiticheskij centr Yuriya Levady. URL: <http://www.levada.ru/11-11-2013/tseli-i-konfidentsialnost-rossiyan-v-internete> (data obrashcheniya: 08.12.2013).
9. Kolichestvo pol'zovatelej Interneta v Rossii i drugie pokazateli veb-auditorii // Internet v Rossii i mire. URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (data obrashcheniya: 08.12.2013).