

## Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

### К вопросу о "новых медиа"

**Казаков Максим Юрьевич**

*Аспирант*

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при  
Президенте Российской Федерации, Аспирантура, Нижний Новгород, Россия*

*E-mail: maxim\_kazakov@mail.ru*

Современная цивилизация находится в состоянии глобальной трансформации, затрагивающей фундаментальные основания социального бытия. Эти процессы неразрывно связаны с развитием информационно-коммуникационных технологий, в частности, сети Интернет, которые коренным образом меняют поведения людей, их психологию и образ жизни. Однако, за последние годы и сама сеть Интернет претерпела революционные изменения. Центральным революционным моментом, благодаря которому интернет-бытие переходит на новый уровень социальности, стало формирование в рамках сети Интернет «новых медиа».

Наша задача в этой статье кратко дать понимание концепта «новые медиа». В отечественной науке эта тема практически не исследовалась. Соответственно, предметом нашего дальнейшего рассмотрения будут концепции «новых медиа» в западном научном дискурсе.

Один из современных исследователей новых медиа Лейла Грин определяет их как «интерактивные электронные медиа и новую форму коммуникации производителей контента с потребителями» (Green 2010: 224). Об интерактивности новых медиа также говорит К. Райс, который определяет медиа как коммуникационные технологии, которые позволяют пользователям осуществлять интерактивное взаимодействие между собой, а также с информацией (Rice 1984: 37). Похожей точки зрения придерживается и

Р. Логан, по которому, особенность «новых медиа» состоит в том, что они являются цифровыми, а также позволяют в своих рамках взаимодействовать рядовым акторам друг с другом (Logan 2010:11). Первая особенность позволяет обрабатывать, хранить, восстанавливать большие объемы информации, а также объединять их с помощью гиперссылок, вторая – строить диалог между членами новых медиа.

По мнению Т. Флю, «новые медиа - это термин, который описывает медиа, которые могут быть использованы только с помощью компьютерной вычислительной техники» (Flew 2011:255). Но самой радикальной и инновационной возможностью новых медиа многие исследователи признают доступность всей информации для поиска (Logan 2010:13). Эта возможность позволяет в любой момент любому сетевому актору найти в архивах информацию любой давности на любую тему и анализировать в нужном контексте.

Одна из концепций новых медиа принадлежит В. Кросби, который впервые сформулировал главное отличие коммуникации в рамках новых медиа. Оно состоит в том, что коммуникацию «многих-ко-многим», которая отличается как от межличностной коммуникации «один-к-одному», так и от массовой коммуникации по схеме «один-ко-многим», которая характерна для большинства традиционных массмедиа (Crosbie 2002). Эту же идею поддерживают и другие исследователи (Croteau 2003:115).

Профессор кафедры новых медиа в университете Уэсли Д. Болтер и профессор кафедры английского языка в детройтском университете Вейн Р. Грусин разработали теорию «ремедиации» (Grusin 1999:28). Согласно теории «ремедиации», все новые медиа являются возрождением старых медиа. Например, фотография является возрождением рисования, фильм - возрождением фотографии, а телевидение - возрождением фильмов, водевилей и радио. Таким же образом, по мнению авторов, новые медиа являются ремедиацией традиционных медиа (газет, телевидения, радио) с той лишь разницей, что к ним добавилась интерактивность. Солидарна с данными авторами и С. Ливингстон, по мнению которой, большинство цифровых новых медиа являются лишь модернизированной версией «старых» аналоговых медиа (Livingstone 2010:2). Согласно ее теории, новые медиа сети действуют на основе «старого» ядра традиционных медиа, но при этом порождают новые виды распределения, которые не могут контролироваться централизованно. При этом важным отличием новых от традиционных медиа, по словам исследователей, является «демократизация создания, публикации, распространения и потребления медиа-контента» (Socha 2012).

Безусловно, стремительное распространение новых цифровых медиа изменило жизненное пространство современного человека. Когда мы говорим о новых медиа, мы говорим о нечто большем, чем просто о коммуникационных технологиях, мы говорим также и включенных сюда видах медиатеатральности, социальных практиках и механизмах, связанных с медиа, а также социальном контексте. Однако из вышеперечисленного анализа понимания новых медиа со всей очевидностью следует, что термин «новые медиа» не является лишь понятием, которое говорит о новизне, но имеет куда более глубокий смысл. Это понятие многогранно, определения новых медиа, которые мы обозначили выше, следует рассматривать как матрицу качеств, которые, как мы утверждаем, и являются характеристиками, отличающими новые медиа от традиционных.

Не имея возможности проанализировать в рамках данной публикации все свойства новых медиа, мы все же должны их хотя назвать. Главными свойствами новых медиа, отличающими их от традиционных медиа, по нашему мнению являются: а) дигитальность; б) интерактивность; в) гипертекстуальность; г) видимая бесконечность; д) смешение авторской и читательской позиций.

### Литература

1. Socha, B. Eber-Schmid, B. WHAT IS NEW MEDIA? Defining New Media Isn't Easy. [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [<http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html>]. Проверено 22.02.2013.
2. Crosbie, V. What is New Media? [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [[www.sociology.org](http://www.sociology.org)]. Проверено 22.02.2013.
3. Croteau, David & Hoynes, William. Media Society: Industries, Images and Audiences (third edition), Pine Forge Press, Thousand Oaks, 2003 – 303 p.
4. Flew T. New Media: An Introduction Oxford University Press, 2011 - 304 p.
5. Grusin, R. Bolter, J. Remediation: Understanding New Media. Cambridge, Mass: MIT Press. 1999 – 307 p.

6. Green, L. The Internet: An Introduction to New Media 2010 – 224 p.
7. Livingstone, S. People living in the new media age: rethinking ‘audiences’ and ‘users’. Oxford Internet Institute/MIT Workshop: New Approaches to Research on the Social Implications of Emerging Technologies, 2005– p. 2-18.
8. Rice, R.E. and Associates. The new media: Communication, research and technology. Beverly Hills, CA: Sage. 1984 – 215 p.
9. Logan, R. Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan. 2010 – 389 p.