



Столыпинский

вестник

Научная статья

Original article

УДК 070.1

**НОВЫЕ МЕДИА КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАТИВНО-
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

**NEW MEDIA AS THE IMPLEMENTATION OF INFORMATION AND
COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON THE INTERNET**

Чжэн Сяолин, магистрантка факультет журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» (125009, Россия, Москва, Моховая ул., д. 9, стр. 1), тел. 8 (495) 629-74-35, zhengxiaolin@yandex.ru

Zheng Xiaolin, Master student, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University (125009, Russia, Moscow, Mokhovaya st., 9, building 1), tel. 8 (495) 629-74-35, zhengxiaolin@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности современного существования глобального медиaprостранства в условиях развития информационно-коммуникационных технологий. Это подразумевает, что активно появляются новые каналы коммуникации в сети Интернет. Сегодня Интернет является одним из самых мощных инструментов во всем мире. В современном обществе он важная часть жизни каждого, будь то школа, бизнес, развлечения. Он оказал на нас огромное влияние. Почти каждый день

пользователи начинают день, провожают и заканчивают его перед компьютерами или смартфонами. Они занимаются просмотром новостных лент, покупками, оплатой услуг, онлайн-играми, развлечениями, работой или учебой. Цель статьи – рассмотреть новые медиа как способ реализации информационно-коммуникационных технологий в сети интернет. Актуальность статьи заключается в том, что новые медиа продолжают развиваться. Никто точно не знает, как будет выглядеть интернет будущего, но маловероятно, что мы закончили с инновациями. Компании продолжают экспериментировать с новыми стилями интернет-инструментов, от гарнитур виртуальной реальности до умных часов и умных динамиков, оснащенных виртуальными помощниками. Вполне вероятно, что некоторые технологии, такие как электронная почта и базовая сеть, сохранятся, но вполне возможно, что некоторые системы социальных сетей и чатов будут заменены в будущем, точно так же, как нынешние игроки заменили ранее такие системы.

Abstract. The article examines the features of the modern existence of the global media space in the context of the development of information and communication technologies. This implies that new communication channels are actively emerging on the Internet. Today, the Internet is one of the most powerful tools in the world. In modern society, the Internet is an important part of everyone's life, be it school, business, entertainment. He had a huge impact on us. Almost every day, users start the day, see off and finish in front of computers or smartphones. They are engaged in watching news feeds, shopping, paying for services, online games, entertainment, work or study. The purpose of the article is to consider new media as a way of implementing information and communication technologies on the Internet. The relevance of the article lies in the fact that new media continue to develop. No one knows exactly what the Internet of the future will look like, but it's unlikely that we're done with innovation. Companies continue to experiment with new styles of Internet tools, from virtual reality headsets to smart watches and smart speakers equipped with virtual assistants. It is likely that some technologies, such as email and the basic network, will remain, but it is possible that some social

networking and chat systems will be replaced in the future, just as current players have replaced such systems previously.

Ключевые слова: *медиа-система, новые медиа, цифровые медиа, информационно-коммуникационные технологии, Интернет, каналы коммуникации, социальные медиа, сайт, потоковое видео, контент.*

Keywords: *media system, new media, digital media, information and communication technologies, Internet, communication channels, social media, website, streaming video, content.*

Различные виды средств массовой информации, такие как телевидение, радио и пресса, всегда были неотъемлемой частью современного общества с тех пор, как они произвели революцию в том, как мы привыкли общаться и распространять информацию. Средства массовой информации выступили катализатором революционных изменений в обществе, которые иначе были бы невозможны. Ситуация радикально изменилась с появлением компьютеров и Интернета. Цифровые технологии, поддерживаемые компьютерами и Интернетом, оказали огромное влияние на концепцию массовой коммуникации. Весь спектр продуктов и услуг, использующих ИКТ для развлечения, обучения и общения, в совокупности называется новыми медиа.

В новостях и академических исследованиях можно увидеть несколько разных терминов, используемых при обсуждении новых медиа. Другие используемые термины включают цифровые медиа, онлайн-медиа, социальные медиа и личные медиа. Все эти термины можно подвести под термин «*новые медиа*». Некоторые критиковали сам термин «*новые медиа*» за создание ложной дихотомии между новым и старым. Технология, которая сделала возможным появление новых медиа, разрабатывалась в течение многих лет. Интернет существует в некотором качестве уже более сорока лет [8].

Таким образом, в дополнение к слову «новый», помогающему нам реализовать некоторые ключевые технологические изменения по сравнению со старыми формами медиа, также нужно думать о новых относительно настоящего и будущего, поскольку средства массовой информации и технологии сейчас меняются быстрее, чем когда-либо прежде. То, что является новым сегодня, может не считаться новым через неделю. Несмотря на быстрые изменения в технологии, мультиплатформенная совместимость большинства новых медиа парадоксальным образом обеспечивает некоторую стабильность. В то время как новые технологии часто делают аналоговые медиаустройства и продукты устаревшими, формат большей части новых медиаобъектов остается неизменным, даже когда становятся доступными более новые и обновленные устройства для доступа к цифровым медиа.

Ключом к новым медиа является понятие технологической конвергенции. Большинство новых медиа уже являются цифровыми, а продолжающаяся цифровизация старых медиа позволяет им свободно распространяться и считываться/доступ/воспроизведение на любой цифровой медиа-платформе без необходимости преобразования. Такой мультиплатформенной совместимости никогда раньше не было, поскольку у каждого типа носителя была соответствующая платформа. Например, не было возможности воспроизводить записи на восьмидорожечном кассетном проигрывателе или кассету VHS на DVD-проигрывателе. Точно так же, в то время как машины, которые печатали слова на бумаге, и глаза человека были устройствами кодирования и декодирования, необходимыми для взаимодействия с аналоговыми формами печатных носителей, можно читать этот учебник в печатном виде, на компьютере или в электронной книге, iPad, смартфон или другом портативном устройстве.

К новым медиа относятся социальные платформы, блоги, видеоигры и новостные онлайн-порталы. Цифровые медиа сочетают в себе цифровые технологии, которые расширяют охват и дают аудитории свободу взаимодействовать по своему усмотрению. Прежде всего, это дает каждому

возможность стать творцами, а не простыми получателями. Ниже приведены некоторые характерные особенности цифровых платформ, которые отличают их от традиционной формы общения:

- мультимедийность;
- интерактивность;
- модульность;
- числовое представление;
- изменчивость;
- доступность.

Сегодня на рынке используется несколько типов новых медиа. Однако, если мы попытаемся свести их к одному спектру, это будет сложно, поскольку средства коммуникации меняются каждый год по мере появления новых изобретений. В настоящее время доступно так много вариантов, что даже те, которые рассматриваются в этом контексте, кажутся устаревшими. Вот некоторые типы, которые доступны на сегодняшний день [10]:

- веб-сайты;
- платформы социальных сетей;
- платформы OTT, такие как Netflix;
- блоги;
- виртуальная и дополненная реальность;
- электронная почта;
- потоковая передача музыки, например Spotify.

Веб-сайты сейчас есть практически у всех компаний. Как минимум, они содержат информацию об организации, повышают ее имидж. Большая часть сайтов кроме этого имеет форму заявки, возможность заказать товар или услугу, посчитать стоимость чего-либо и т.д.

Разновидностью сайта является блог. Блог – это такой вид сайта, где контент приводится в обратном хронологическом порядке (новое содержание приводится позже). Содержимое блога часто называют записями или

«сообщениями в блоге». Блог обычно ведется отдельным человеком или небольшой группой людей. Особенностью блога является разговорный стиль представления информации. Сейчас и многие компании ведут блог, где кроме общей информации, имеется множество статей и с другой полезной информацией. Типичные сообщения в блогах также имеют раздел комментариев, где пользователи могут ответить на статью.

Как сказано выше, блог является разновидностью сайта. Типичные веб-сайты являются статичными по своей природе, контент организован на страницах и не обновляется часто. Тогда как блог динамичен и обычно обновляется чаще. Некоторые блоггеры публикуют несколько новых статей в день, в зависимости от количества подписчиков.

Блоги могут быть частью более крупного веб-сайта. В этом случае у компании есть обычный сайт, но имеется дополнительный раздел блога, где есть какая-либо интересная информация – для обучения, информирования или чисто для развлечения. То есть все блоги могут быть веб-сайтом или частью веб-сайта. Однако не все сайты можно назвать блогами.

Блог может быть и в виде страницы в социальной сети. Блог может быть как личным, где блоггер показывает свою жизнь, делится своими какими-то знаниями, так и представлять компанию. Такой блог призван не только делиться информацией, но и продавать товары или услуги. На такой странице блоггер предлагает и профессиональные услуги/товары, и показывает себя как человека, свою семью, ценности и т. д. Такой подход стал популярным, так как известно выражение «Люди покупают у людей».

Электронная почта является одним из самых основных инструментов интернет-коммуникации. Адреса электронной почты необходимы для регистрации во многих онлайн-сервисах, и обычно предполагается, что каждый человек в Интернете имеет хотя бы один адрес электронной почты. Адреса электронной почты доступны во многих бесплатных сервисах, в первую очередь от крупных компаний, таких как Microsoft и Google.

Некоторые интернет-провайдеры по-прежнему предоставляют своим пользователям адреса электронной почты [2].

Социальная сеть - это онлайн-платформа, которую люди используют для развития социальных отношений с другими людьми со схожими мыслями и личными интересами, опытом, связями в реальном времени или карьерой.

Одними из самых популярных инструментов интернет-коммуникации являются службы социальных сетей, включая ВКонтакте, Twitter, TikTok и LinkedIn, ориентированный на работу. До недавнего времени еще были Facebook и принадлежавший ему Instagram. Эти сервисы обычно позволяют людям связываться с выбранной группой сотрудников и следить за их сообщениями, делаясь новостями о своей жизни, карьере или размышлениях в течение дня [7].

Люди часто используют инструменты социальных сетей, чтобы оставаться на связи с удаленными друзьями и семьей, а также просто для развлечения. Некоторые люди следят за новостями знаменитостей в социальных сетях. Сети изменили то, как политики и артисты общаются с общественностью. Многие люди также используют их как способ следить за новостями, подписываясь на медиа-организации в Facebook или даже на отдельных журналистов в Twitter. Сайты социальных сетей, как правило, бесплатны и поддерживаются рекламой [9].

Поскольку инструменты все еще относительно молоды, они, вероятно, продолжат развиваться в ближайшие годы и десятилетия, чтобы продолжать удовлетворять потребности пользователей.

Видеозвонки также стали популярными для поддержания связи с друзьями или семьей и для рабочих конференций, которые в прошлом были бы только аудио. Добавление видео позволяет увидеть выражения лиц людей, что может упростить общение. Коллеги также могут обмениваться презентациями и файлами через видеосистемы, гарантируя, что все будут буквально на одной волне во время обсуждения. Единственным недостатком,

конечно, является то, что людям нужна профессиональная среда и одежда для звонка, который, если только аудио, можно было бы сделать из любого места и в любой одежде.

Популярные системы видеочата включают Microsoft Skype, Google Hangouts и Apple FaceTime. Средства видеочата также встроены в популярные офисные инструменты для обмена сообщениями, такие как Slack. Как правило, общаться в видеочате можно с любого современного компьютера или смартфона, оснащенного работающей камерой. Многие программы для видеочата позволяют людям вести только аудиочаты, если они того пожелают.

За последние несколько лет количество людей, обращающихся к Интернету за новостями, развлечениями, образованием и многим другим, резко возросло. Потребление видео Over-the-top (OTT) постоянно растет, и прогнозируется, что к 2027 году рынок потокового онлайн-вещания будет стоить 247 миллиардов долларов. Компании используют эту тенденцию, чтобы повысить узнаваемость бренда и обеспечить ценность для своей аудитории.

Однако многие пользуются этой возможностью, чтобы монетизировать свой видеоконтент и создавать собственные службы и платформы OTT-вещания [1].

Служба потоковой передачи OTT – это приложение или веб-сайт, которые зрители используют для доступа к своим любимым программам и фильмам. Эти услуги доступны на всех типах устройств с доступом в Интернет, включая смарт-телевизоры, игровые приставки, компьютеры, ноутбуки, смартфоны и планшеты.

Как правило, стриминговые OTT-сервисы ограничивают доступ к платным зрителям. Зрители могут платить за доступ с оплатой за просмотр или подписаться на неограниченный доступ к платформе по запросу. Иногда вещатели монетизируют свой контент с помощью спонсируемой рекламы.

Платформы потоковой передачи ОТТ популярны как никогда, поскольку они дают больше контроля как зрителям, так и вещателям. Благодаря технологии платформы ОТТ как создатели, так и потребители свободны от правил и ограничений телевизионных сетей.

Вот краткий обзор некоторых основных тенденций потоковой передачи ОТТ [1]:

1. Потоковое вещание на смарт-телевизорах и STV растет, поскольку все больше зрителей перерезают кабельный шнур.
2. По мере того, как на рынок выходит все больше ОТТ-платформ, UX становится важнее, чем когда-либо.
3. Более половины доходов ОТТ приходится на рекламу
4. Почти треть подписок ОТТ в США приходится на Netflix.
5. Прямая трансляция составляет только 24% потоковой передачи ОТТ по всему миру.

На рынке существует множество потоковых ОТТ-сервисов. Некоторые из них являются нишевыми услугами, а другие имеют более широкие предложения и ориентированы на более широкую аудиторию. Некоторые сосредотачиваются на прямых трансляциях ОТТ, а другие предлагают только контент по запросу. Большинство из них предлагают бесплатный контент, премиум-контент или их сочетание.

Общим для всех потоковых ОТТ-сервисов является то, что все они используют Интернет для доставки видеоконтента [1].

Виртуальная реальность стала модным словом в последние несколько лет. Это среда, которая сочетает в себе реальный мир с компьютерными изображениями и звуками. Многие компании в различных отраслях уже используют эту технологию.

Виртуальная реальность – это иммерсивная технология, которая использует специальную 3D-видеокамеру или камеру изображения, чтобы погрузить пользователя в воображаемый мир. Пользователь может манипулировать изображением или миром на более позднем этапе, чтобы

взаимодействовать с симуляцией. Система виртуальной реальности позволит пользователям исследовать трехмерный мир в режиме реального времени, взаимодействовать с трехмерным изображением, как если бы оно было в натуральную величину.

Первый шаг к погружению в виртуальную реальность – это ношение специальной гарнитуры, которая блокирует окружение и приглушает звуки, создавая реалистичный опыт. Затем с помощью специального контроллера пользователь взаимодействует с виртуальным миром. Гарнитуры виртуальной реальности бывают разных категорий и существуют уже несколько десятилетий. Например, в дизайне будет одна категория, обеспечивающая впечатление, аналогичное посещению кинотеатра. В то же время другой дает ощущение, что пользователь находится совсем в другом месте.

Происхождение виртуальной реальности до сих пор вызывает споры, и нет четких сроков развития технологии. Многие ранние попытки создать виртуальную реальность не имели четкого термина, и только Джарон Ланье из VPL Research придумал этот термин в 1980-х годах. Однако работы велись еще раньше.

Сегодня многие крупные компании в различных отраслях промышленности разработали технологии виртуальной реальности. С каждым годом технология становится все более продвинутой и мощной, и многие отрасли промышленности выиграют от нее. Помимо того, что это отличный инструмент для обучения, виртуальная реальность также отлично подходит для проведения конференций и общения.

Техника, известная как дополненная реальность, использует электронику для добавления визуальных, звуковых и других эффектов в реальный мир для его улучшения. Дополненная реальность (AR) часто обсуждается в сочетании с виртуальной реальностью (VR), и эти две технологии вместе называются VR/AR. Хотя эти две технологии тесно связаны с визуальными эффектами, каждая из них имеет уникальные

характеристики. VR полностью погружает своих пользователей в виртуальную среду, которая изолирует их от внешнего мира. Интегрируя вещи реального мира с цифровыми, дополненная реальность предлагает частичное погружение.

Компьютерные алгоритмы дополненной реальности включают в себя специализированные датчики для обеспечения смешанного опыта цифрового и физического мира. Они используют камеры для определения текущего местоположения физических объектов, а затем накладывают виртуальные объекты на реальные. Затем метод отображает готовое изображение на экране устройства.

Традиционные торговые точки были закрыты на протяжении большей части эпидемии Covid-19. Компании начали продавать свои товары в Интернете и внедрять технологии дополненной реальности, чтобы предлагать такой же или даже лучший уровень обслуживания клиентов, чтобы оставаться на плаву. Клиенты могут полностью погрузиться в процесс покупки и узнать больше о продуктах в виртуальной реальности благодаря дополненной реальности (AR) в электронной коммерции.

По данным исследовательской компании Research and Markets, к 2030 году мировой рынок виртуальной и дополненной реальности вырастет до 1,3 триллиона долларов (с 37 миллиардов долларов в 2019 году) [3].

Мобильный видеомаркетинг может принести бизнесу большую прибыль. Изучение данных позволит получить ключевую информацию и сделать бизнес более конкурентоспособным. Постоянное изучение новых технологий, таких как виртуальная и дополненная реальность, изменит то, как мы, люди, взаимодействуем с цифровым ландшафтом.

Таким образом, процесс появления инновационных медиа и непрерывная дифференциация их подвидов стали основной причиной тотальной трансформации глобальной медиасистемы, вызвавшей колоссальные изменения в реализации процесса восприятия информационных потоков пользовательской аудиторией, с одной стороны, и

в их генерации профессиональными медийными организациями – с другой, при учете активного осуществления субъектно-объектных отношений в условиях перераспределения характеров деятельности участников современного информационно-коммуникационного пространства.

Список литературы

1. 10 лучших потоковых OTT-сервисов [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dacast.com/blog/5-business-ott-platforms-for-over-the-top-video-content/> (дата обращения: 08.09.2022).
2. 10 способов общения в Интернете [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.techwalla.com/articles/10-ways-to-communicate-using-the-internet> <https://www.techwalla.com/articles/10-ways-to-communicate-using-the-internet> (дата обращения: 08.09.2022).
3. Будущее медиа: концепции и тренды для профессионалов в области коммуникаций [Электронный ресурс]. – URL: <https://online.maryville.edu/blog/future-media/> (дата обращения: 08.09.2022).
4. Дзялошинский И.М. Интернет в системе медиaprостранства [Электронный ресурс]. – URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/eb7zzry2hs/direct/152667259> (дата обращения: 08.09.2022).
5. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344 с.
6. Медиапотребление 2022 [Электронный ресурс]. – URL: <https://ict.moscow/research/mediapotreblenie-2022/> (дата обращения: 08.09.2022).
7. Неяскин Г.Н. Влияние социальных медиа на бизнес-коммуникации // Диалогические коммуникации в бизнесе: материалы интернет-конференции [Электронный ресурс]. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/33378753> (дата обращения: 08.09.2022)

8. Новые медиатехнологии [Электронный ресурс]. – URL: <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/16-1-new-media-technologies/> (дата обращения: 08.09.2022).
9. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022 [Электронный ресурс]. – URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/> (дата обращения: 08.09.2022).
10. Традиционные медиа против новых медиа: какие методы входят в ваш маркетинговый план? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.webfx.com/digital-marketing/learn/traditional-media-vs-new-media/> (дата обращения: 08.09.2022).

References

1. Top 10 streaming OTT services [Electronic resource]. – URL: <https://www.dacast.com/blog/5-business-ott-platforms-for-over-the-top-video-content/> (date of access: 08.09.2022).
2. 10 ways to communicate on the Internet [Electronic resource]. – URL: <https://www.techwalla.com/articles/10-ways-to-communicate-using-the-internet> <https://www.techwalla.com/articles/10-ways-to-communicate-using-the-internet> (date of access: 08.09.2022).
3. The future of media: concepts and trends for communication professionals [Electronic resource]. – URL: <https://online.maryville.edu/blog/future-media/> (date of access: 08.09.2022).
4. Dzyaloshinskiy I.M. Internet in the system of media space [Electronic resource]. – URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/eb7zzry2hs/direct/152667259> (date of access: 08.09.2022).
5. Kennedy D., Welch-Phillips K. Hard SMM. Get the most out of social media. – М.: Alpina Publisher, 2019. – 344 p.
6. Media consumption 2022 [Electronic resource]. – URL: <https://ict.moscow/research/mediapotreblenie-2022/> (date of access: 08.09.2022).

7. Neyaskin G.N. Influence of social media on business communications // Dialogue communications in business: materials of the Internet conference [Electronic resource]. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/33378753> (date of access: 08.09.2022)
8. New media technologies [Electronic resource]. – URL: <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/16-1-new-media-technologies/> (date of access: 08.09.2022).
9. Social networks in Russia: figures and trends, autumn 2022 [Electronic resource]. – URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/> (date of access: 08.09.2022).
10. Traditional media vs. new media: what methods are included in your marketing plan? [Electronic resource]. – URL: <https://www.webfx.com/digital-marketing/learn/traditional-media-vs-new-media/> (date of access: 08.09.2022).

© Чжэн Сяолин, 2022 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» № 9/2022.

Для цитирования: Чжэн Сяолинь НОВЫЕ МЕДИА КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАТИВНО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» № 9/2022.