

УДК 070.1  
ББК 76.0

DOI: 10.31862/1819-463X-2022-4-28-33

## АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В НОВЫХ МЕДИА

Е. Ю. Никитина

**Аннотация.** Неминуемая цифровизация изменяет модели поведения, коммуникативные стили, способы обмена информацией. Новые медиа сегодня являются основной площадкой, благодаря которой возможно бесплатно и оперативно общаться, создавать контент, доставлять его до пользователей, а уже на более сложном уровне – формировать повестку дня и управлять массовым сознанием. Данная статья посвящена обзору современных информационно-коммуникационных тенденций, а также описанию их влияния на новые медиа и некоторые модели поведения человека в рамках медиaprостранства.

**Ключевые слова:** новые медиа, коммуникация, информационно-коммуникативные процессы, сторителлинг, медиaprостранство, коммуникативный стиль.

**Для цитирования:** Никитина Е. Ю. Актуальные тенденции информационно-коммуникативных процессов в новых медиа // Наука и школа. 2022. № 4. С. 28–33. DOI: 10.31862/1819-463X-2022-4-28-33.

---

## CURRENT TRENDS OF INFORMATION AND COMMUNICATION PROCESSES IN NEW MEDIA

E. Yu. Nikitina

**Abstract.** The inevitable digitalization changes behavioral patterns, communication styles and ways of information exchange. New media today are the main platform through which it is possible to communicate for free and quickly, create content, deliver it to users, and at a more complex level – to form an agenda and manage mass consciousness. This article is devoted to an overview of modern information and communication trends, also a description of their impact on new media and some models of human behavior within the media space.

© Никитина Е. Ю., 2022



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License  
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

**Keywords:** *new media, communication, information and communication processes, storytelling, media space, communication style.*

**Cite as:** Nikitina E. Yu. Current trends of information and communication processes in new media. *Nauka i shkola*. 2022, No. 4, pp. 28–33. DOI: 10.31862/1819-463X-2022-4-28-33.

Диджитализация, как неизбежный процесс современности, уже десятки лет генерирует совершенно новые стили коммуникативности и методы обмена информацией. *Коммуникативный стиль* – сложившееся поведение личности в коммуникационной среде, которое используется для установления контактов с другими представителями общества. Характеризуется вербальными и невербальными моделями поведения личности, использованием языковых норм, речевых жанров и иными факторами: среда обитания, исторический фактор, различные ситуации общения, ментальные особенности человека [1].

Если прежде невозможно было представить, как скорость передачи данных может насчитывать сотые доли секунды, то теперь наше поколение удивляется традиционным, классическим методам связи и получения информации – общение через почтовые отправления, а если заглянуть в более древние времена, то наличие единичных государственных источников информации в стране (например, «Ведомости» Петра I, 1702 г. – начало издания) или вовсе «публикация» новостей на греческой Агоре с помощью глиняных табличек. Сегодня нельзя не признавать огромной роли технологической эволюции, позволяющей современным поколениям жить без подобных информационных пропастей и временных трудностей, когда адресат вынужден

ждать получения сообщения иногда не днями, а неделями.

Сегодня мобильным телефоном пользуются 5,22 млрд человек – 66,6% мирового населения. С января 2020 г. количество уникальных мобильных пользователей выросло на 1,8% (93 млн), в то время как общее количество мобильных подключений увеличилось на 72 млн (0,9%) и достигло 8,02 млрд к началу 2021 г.

В мире насчитывается 4,20 млрд пользователей социальных сетей. За последние 12 месяцев эта цифра выросла на 490 млн, что означает рост более чем на 13% в годовом исчислении. Социальными сетями в 2021 г. пользуются 53% мирового населения<sup>1</sup>.

По данным TechJury, за 2021 г. пользователи WhatsApp обмениваются 65 млрд сообщений ежедневно, а в Google за 24 часа отправляется свыше 3,5 млрд запросов. И всего за 60 секунд на YouTube загружается около 500 часов контента. «Сегодня одному человеку потребуется примерно 181 миллион лет для скачивания всей информации, которая находится в Интернете», – сообщает маркетинговое агентство Unicorn Insights<sup>2</sup>. В нашу речь уже твердо вошли новые глаголы: лайкать, шерить, твитить, свайпать, скроллить и постить, а знает их любой школьник.

Но классические методы коммуникации не умирают, а успешно трансформируются, и почтовые отправления или

<sup>1</sup> Сергеева Ю. Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 г. – цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 11.03.2022).

<sup>2</sup> 25+ Impressive Big Data Statistics for 2021. URL: <https://techjury.net/blog/big-data-statistics/#gref> (дата обращения: 12.03.2022).

почтовый ящик – это такие же понятия, которые используются нами, но в иной, цифровой форме на почтовых доменах. А новость с глиняной таблички преобразуется в публикации в блогах и других социальных сетях. И каждое современное правовое государство обладает незыблемым правом на получение информации из разных источников – от государственных до коммерческих.

Современность на высоком уровне определяет собственные адаптации ключевых идей прошлого, формы их реализации и взаимодействия. И в статье мы хотели бы обозначить несколько важных тенденций информационно-коммуникативных процессов в новых медиа.

**Концепция One-to-many.** Сегодня мы все реже перестаем отправлять письма «one-to-one» (один-к-одному), а все больше стремимся к «one-to-many» (один-ко-многим). Отсюда почти маниакальная потребность создавать многочисленные чаты, сообщества, блоги, чтобы поддерживать нашу самовлюбленность и желание оставаться поближе к прогрессу и трендам, потому как в XXI в. афоризм «Я мыслю, следовательно, я существую» уступает место «Обо мне думают, следовательно, я существую».

**Концепция персональной интерпретации информации.** Критически важным является то, что современная коммуникация также основывается на принципе того, что сообщение – это не всегда то, что передано адресатом, а то, что было понято получателем информации. Это порождает искажения и дальнейшее распространение заведомо ложных сведений. Особенно сильно воздействие этой концепции мы ощущаем в Интернете.

Один из британских теоретиков социологии культуры и средств массовых коммуникации Стюарт Холл в своей теории «Кодирования и декодирования» утверждал, что мы можем не только «не так» понимать сообщения, но и

выводить собственные смыслы [2]. И все это может зависеть от социального происхождения, уровня образованности, этнической принадлежности. Таким образом характеризуется *медиавосприятие* каждой отдельной личности, которое не всегда может совпадать с медиавосприятием источника информации. И в целом подобные тенденции, связанные со взаимодействием с данными, с вопросами качества и количества передаваемых сообщений, теориями восприятия, развитием медиаграмотности и приобретением медиакомпетенций, дает возможность для развития такой дисциплины, как медиаобразование. Информационные технологии перестают быть уже просто человеческим изобретением, а получают серьезный и межпрофильный характер научного знания, потому как сочетает в себе и лингвистические, и филологические, и технологические, и, безусловно, философские вопросы, которые также приобретают теперь характер вечных.

Согласно теории Холла, и отправитель, и источник информации являются активными фигурами в этом процессе, навсегда отправляя модель односторонней коммуникации, даже когда адресат обезличен и имеет только символическое воплощение – через свое сообщение – в прошлое. Классическая теория о пассивности получателя информации перестает работать.

Таким образом, читатель или слушатель считывает информацию тремя способами:

1. *Доминантно-гегемонистическое прочтение (желательное)* – понимание информации в этом случае совпадает с видением отправителя.

2. *Оппозиционное прочтение (нежелательное)* – иное или вообще противоположное видение.

3. *Согласованное прочтение* – симбиоз первых двух [2].

И социальные сети, как самая обширный элемент структуры новых медиа,

предоставляют свои площадки для *согласованного прочтения* за счет наличия быстрой и прямой обратной связи между автором и реципиентом, что одновременно является как преимуществом, так и большой трагедией – агрессия в Интернете и слепая убежденность в своей правоте пользователей социальных сетей иногда поражают своей жестокостью.

### **Концепция обязательного эмоционального вовлечения в информацию.**

Уже не достаточным является традиционное сообщение фактов и новостей, поскольку мир настолько перегружен каналами для общения, что каждый из участников коммуникации находится в стрессе из-за безграничного выбора: наш мозг просто не справляется со всеми предложенными вариантами, усугубляется это синдромом FOMO (fear of missing out): мы боимся, что пропустим что-то важное, поэтому пытаемся ухватиться за все, что нас окружает, в итоге испытывая эмоциональное и физическое выгорание. Благодаря концепции эмоционального вовлечения огромную популярность в медиа получает *метод сторителлинга* – умение рассказывать истории так, чтобы читатель или слушатель эмоционально включался в происходящее и проживал описанную ситуацию вместе с авторами. Яркими представителями реализации этого метода являются YouTube, Instagram (принадлежит Meta, признанной в РФ экстремистской организацией, деятельность запрещена на территории РФ), Twitter и TED.

Подобная идея вовлечения характерна для современной медиафилософии, поскольку именно в эту эпоху набирает популярность иммерсивный театр, геймификация процессов (от обучения до профессиональной деятельности) и дополненная реальность, в которой стираются границы между действующим лицом и зрителем, – *каждый из участников процесса становится соучастником, имеет шанс получить определенное*

*место или роль в создании какого-то действия.* Теперь каждый обретает роль медиа – того самого посредника из концепции Маршалла Маклюэна, способного самостоятельно сообщать информацию окружающим.

### **Языковые трансформации и реформации в онлайн-пространстве.**

Ярким примером лингвистических изменений в коммуникационном пространстве является язык феминитивов, который часто становится поводом для насмешек и обсуждения в коммуникационной среде. Авторка, преподка, блогерка и другие определения для женщин, прежде не имеющих языкового аналога, приемлемого для использования в регулярной речи, появляются повсеместно и входят в лексикон молодых людей.

### **Создание новой этики [3], определяющей поведение и массовое сознание.**

Это связано с процессами, направленными на уничтожение дискриминации, расового или полового неравенства, культурой «отмены» личностей, которые были замечены в аморальном поведении, и как итог – *создание человека нового времени.* И все было бы прекрасно, но подобные стремления к разрушению сложившихся культурных традиций и моделей поведения неминуемо приводит к тому, что новая этика превращается в тоталитарное направление. В феврале 2021 г. российский режиссер Константин Богомолов опубликовал в Новой газете «Похищение Европы 2.0» [4] – манифест, в котором подобных активистов называет нацистами, фемфанатиками и экпсихопатами, подчеркивая крайность каждого из движений. Он рассуждает об уничтожении человека, которому больше не позволено говорить «мне не нравится», «я не люблю», потому что по принципам новой этики подобные высказывания способны затронуть чьи-то чувства. Константин Богомолов заявляет: «Они не носят форму, у них нет дубинок и шокеров, но у них есть гаджеты, обывательская жажда власти и

потаенная страсть к насилию, а также стадный инстинкт» [4].

Самым массовым «рассадником» приверженцев новой этики мы можем назвать *социальную сеть Twitter*, где во всем многообразии проявляются гендер-флюиды и другие сексуальные меньшинства, радикальные или умеренные феминисты и иные сторонники, чьи концепции уже не сосчитать по пальцам. Спрятанные за своими аватарами и никами, под прикрытием присущей для социальных сетей анонимности, пользователи свободно пропагандируют и уже агрессивно навязывают свои ценности.

Это напоминает борьбу философских школ, в каждой из которых своя истина и убеждение в исключительной правильности именно их движения, их взгляда на ключевые философские и бытовые принципы существования в современном мире. Маршалл Маклюэн писал: «Стремление нашего мира к эмпатии, цельности и глубине сознания – естественное дополнение к электрической технологии» [2]. Но реальность такова, что современное общество начинает перебарщивать в своем стремлении к эмпатии, что приводит в итоге к разрушению, информационным войнам и интернет-конфликтам с несогласными, и все чаще эти истории

становятся информационными поводами для дальнейшего освещения. Благие намерения превращаются в оружие вина, который агрессивно настаивает на своей правоте, а не по-христиански уговаривает и объясняет.

Таким образом, мы рассмотрели важные тенденции информационно-коммуникативных процессов в новых медиа. Мы видим, что современные методы обмена информацией, приемы и цифровые платформы под влиянием цифровизации настолько быстро меняют коммуникационное пространство, что актуальность описанных тенденций уже через какое-то время может подлежать полному или частичному обновлению. Коммуникационно-информационные процессы в новых медиа сталкивают нас с культурными и философскими вызовами, провоцирующими принципиально новые ментальные проблемы, модели поведения в традиционном (реальном) или медийном (ирреальном) пространстве. Влияние испытывают все сферы жизни: общение, формирование личности, экономика, политика. Бытие человека в современном мире – это также медиабытие, которое добавляется к классическим категориям природы, общества, этики, логики и многих других.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Болотнов А. В.* Коммуникативный стиль языковой личности (на материале публичного дискурса ведущего радиостанции «Эхо Москвы») // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2013. № 3 (131). С. 179–181.
2. *Крогерус М., Чепелер Р.* Коммуникация: коротко, ясно, просто / [пер. с нем. Л. Ведерниковой]. М.: Олимп-Бизнес, 2019. 192 с.; ил.
3. *Филиппова А.* Скрытая угроза. Как «новая этика» меняет медиа // Журналист. Март 2022. № 4. С. 36–39.
4. *Богомолов К.* Похищение Европы 2.0. Манифест режиссера. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/02/10/89120-pohislenie-evropy-2-0> (дата обращения: 11.03.2022).
5. Глобальные риски цифровой эпохи и образы будущего: материалы IV Междунар. науч. конф. «Гуманитарные Губкинские чтения» (Москва, 4–5 апреля 2019). Ч. 3 / отв. ред.: О. М. Смирнова, ред.: М. Б. Балычева, Л. В. Волкова, Н. П. Рябчун. М.: Изд. центр РГУ нефти и газа (НИУ) им. И. М. Губкина, 2019. 375 с.

## REFERENCES

1. Bolotnov A. V. Kommunikativnyy stil yazykovoy lichnosti (na materiale publichnogo diskursa vedushchego radiostantsii “Ekho Moskvу”). *Vestn. Tomskogo gos. ped. un-ta*. 2013, No. 3 (131), pp. 179–181.
2. Krogerus M., Tschäppeler R. *Kommunikatsiya: korotko, yasno, prosto*. Transl. From German L. Vedernikova. Moscow: Olimp-Biznes, 2019. 192 p.; il. (In Russian)
3. Filippova A. Skrytaya ugroza. Kak “novaya etika” menyaet media. *Zhurnalist*. Mar. 2022, No. 4, pp. 36–39.
4. Bogomolov K. Pokhishchenie Evropy 2.0. Manifest rezhissera. Available at: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/02/10/89120-pohischenie-evropy-2-0> (accessed: 11.03.2022).
5. Globalnye riski tsifrovoi epokhi i obrazy budushchego. *Proceedings of the IV International scientific conference “Gumanitarnye Gubkinskie chteniya” (Moscow, 4–5 Apr. 2019)*. Vol. 3. Eds.: O. M. Smirnova; M. B. Balycheva, L. V. Volkova, N. P. Ryabchun. Moscow: Izd. tsentr RGU nefti i gaza (NIU) im. I. M. Gubkina, 2019. 375 p.

---

**Никитина Екатерина Юрьевна**, аспирант, кафедра журналистики и медиакоммуникаций, Московский педагогический государственный университет

**e-mail: [eyu.nikitina@mpgu.su](mailto:eyu.nikitina@mpgu.su)**

**Nikitina Ekaterina Yu.**, PhD post-graduate student, Journalism and Media Communication Department, Moscow Pedagogical State University

**e-mail: [eyu.nikitina@mpgu.su](mailto:eyu.nikitina@mpgu.su)**

*Статья поступила в редакцию 11.04.2022*

*The article was received on 11.04.2022*