

УДК 654.19; 002.2

С.Х. Барлыбаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы  
E-mail: tv.headmaster@gmail.com

### Новые медиа: тенденции развития

**Аннотация.** В статье вы ознакомитесь с развитием новых средств массовой коммуникации, новых медиа в мире и в Казахстане. Развитие современного общества происходит под влиянием новых информационно-коммуникационных технологий и новых СМК, которые изменяют медиа ландшафт. Новые медиа предлагают одновременно текст, звук, видеоизображение, как статичную картинку, так и движущиеся образы, они в той или иной степени интерактивны.

**Ключевые слова:** Массовая коммуникация, новые меди, глобализация, информационная индустрия, цифровое, кабельно-спутниковое вещание.

Информационная индустрия расширяется, стирая границы между секторами традиционных систем СМИ и создавая новые СМК и информации. На определенном этапе развития информационных технологий, особенно в 1980-1990-е годы появляются новые СМК (глобальные компьютерные сети, мобильная телефония. Интернет, спутниковое и кабельное ТВ, волоконно-оптическое, интерактивное, цифровое вещание, системы видеотекста и другие), что послужило толчком в исследовании этих новых видов коммуникации.

С 1980-х годов прошлого XX столетия о новейших средствах массовой коммуникации стали говорить как о самостоятельных новых медиа. Одна из последних работ исследователя Г.П. Бакулева в этой области посвящена мировому опыту. Во-первых, отмечает исследователь, происходит значительное и постоянно растущее разделение «производства» информации и ее распространения: предложение информационной продукции и ее потребление выходят из-под монопольного контроля поставщиков содержа-

ния, что позволяет альтернативным коммуникационным средствам функционировать в менее централизованных по сравнению со «старым» вещанием формах.

Во-вторых, огромная, практически ничем не ограниченная пропускная способность кабеля, спутников и видео, делает открытым для потребителя все информационное пространство мира. В-третьих, это более высокая степень интерактивности, связи с потребителем, большая гибкость форм и способов, не свойственная традиционным СМК. Благодаря перераспределению функций и репертуара каждое из СМК используется там, где наилучшим образом проявляются его уникальные природные достоинства. Эфирное, кабельное и спутниковое ТВ, несмотря на все трудности взаимодействия, сосуществуют, дополняя, стимулируя, изменяя друг друга (1).

Об интеграции и даже замене словесных видов информации экранными пишут исследователи СМК – коммуникологи. «В современных сетях традиционные издательские технологии интегрируются с технологиями аудиовизуаль-

ными, объединяя различные типы содержания. Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая жесткие границы между секторами традиционных систем СМК и создавая новые открытые медиа системы» (2).

Новейшие ИКТ позволили перейти к широко-масштабному переводу накопленной человечеством информации из электронной в цифровую форму. Эти формы представления различной аудиовизуальной, мультимедийной информации позволяют на качественно новом уровне организовать процессы производства, хранения и распространения информации.

В настоящее время цифровая, мультимедийная интерактивная коммуникационная технология расширяет свои границы между странами, становится более доступной в разных регионах мира. Происходит слияние между передающими каналами как телефонных, так и кабельных сетей. Сектор СМК становится обменноспособным и взаимодополняемым. «Интеграция всех видов коммуникации на основе опто-волоконного кабеля в телекоммуникационную структуру служит своего рода «центральной нервной системой всего общества» (3). Наблюдается слияние компьютерной, вещательной и телекоммуникационной технологий. Это сближение и взаимодействие изменяет коммуникационную систему.

В результате технологических изменений традиционные методы производства, хранения, распространения и приема коммуникационных сообщений видоизменяются и дополняются. Стандарт цифровой звуковой системы формата CD произвел настоящую революцию выпуском дисков и аппаратуры для их воспроизведения. Событие было настолько выдающимся, что историю аудиотехники начали делить на два этапа: до рождения диска CD и после него. Система CD первой внесла в массовую аудиотехнику два новшества, а именно: цифровую обработку и оптический способ записи. В последующие годы эти новшества получили дальнейшее развитие и в других областях звуковой и аудиовизуальной техники.

Пока единого, всеми признанного определения новых средств массовой информации пока не существует, однако многие исследователи приходят к общим характеристикам новых медиа. Во-первых, они «привязаны» к экрану. Во-вторых, они предлагают одновременно текст, звук, видеоизображение, как статичную картинку, так и движущиеся образы. Новые медиа в той

или иной степени интерактивны. Как отмечал представитель журнала «Советник» (Москва) В.Н. Павленко на семинаре «Новые медиа» специального назначения» (Алматы, 16 марта 2012 г.): «Новые медиа» – термин, означающий появление цифровых компьютерных, информационных, сетевых технологий и коммуникаций в конце XX века. Новые СМИ – это любая медиа продукция, являющаяся интерактивной и распространяемая цифровыми методами. В настоящее время формируются четыре направления в журналистике:

- интерактивные сервисы (различные возможности сайтов);
- гражданская журналистика (редакция привлекает блогеров);
- журналистика данных (работа с труднодоступными источниками, журналистское расследование);
- краудсорсинг (коллективное обсуждение в сетях до обработки и сбора информации по заранее заданной теме)».

В расширяющемся медиа пространстве печать, аналоговое радио и телевидение воспринимаются как «старые» СМИ, новые каналы доставки информации и сама информация, основанные на дигитализации, определяются как «новые медиа». Другое предлагаемое определение описывает новые медиа как «каналы цифровой коммуникации, в которых текст, графические и движущиеся изображения, звук представлены в едином «пакете» и которые имеют различные формы производства, распространения, приема и хранения конечного продукта» (4).

Особенностью новых СМИ стало изменение характера коммуникации. В них трудно различить массовую и личностную форму коммуникаций, массовые и немассовые средства информации. Потребление новых медиа имеет и будет иметь более индивидуальный характер. Происходит процесс «демассификации». Новые медиа увеличивают возможности коммуникации. Электронные новые СМИ предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. Новые средства массовой коммуникации дают возможность осуществлять межличностное общение. Яркое тому доказательство – развитие Интернета. Межличностное общение возможно благодаря электронной почте или Интернет-телефону.

Качественно новый уровень функционирования средств массовой коммуникации влечет

за собой переосмысление коммуникационных теорий. В 1970-1980-е годы XX столетия исследователи предсказывали, что использование новых технологий поднимет уровень жизни и уменьшит неравенство между странами. В 1990-е годы ряд ученых выражал беспокойство, что новая коммуникационная технология создает новый вид социальных классов – «информационно богатых» и «информационно бедных». В начале XXI века выработалось новое демократическое понимание свободы информации в духе приоритета общечеловеческих ценностей, законов и норм международного права в информационных отношениях стран. От чрезвычайно широкого понимания способа сообщения как сообщения о достижениях прогресса теоретики все чаще обращаются к обсуждению конкретных вопросов о национальных приоритетах, культурных традициях и даже ментальности восприятия. Особенно обострились эти обсуждения с появлением спутникового телевидения.

Развитие глобальных коммуникационных магистралей является актуальным вопросом в настоящее время. Многие международные организации подчеркивают важность информационно-технологического сектора для построения глобальной информационной инфраструктуры. Ведущую роль в этом играют технологически преуспевающие страны. Революции в сфере человеческой культуры во многом были результатом изменений в способах передачи и распространения информации. Они радикально изменили общественную организацию, производство и распределение материальных благ в обществах, стали предвестниками социальных и экономических преобразований.

Интернет вобрал и суммировал в себе всю накопленную человечеством информацию. Можно представить Интернет как развивающуюся паутину неупорядоченных, взаимно пересекающихся связей – спутниковых, волоконно-оптических, телефонных и разнорелейных каналов, соединяющих миллионы компьютеров во всем мире. Интернет облегчает создание, передачу и прием информации. Сегодня Интернет – это не только информационно-рекламная среда, среда для общения, но и плодородная почва для малого и большого бизнеса. Интернет сегодня – это не только крупнейший кладезь информации, но и неповторимая среда общения людей, где существуют множество различных дискуссионных клубов, телеконференций, всевозможных чат-

румов. В настоящее время глобальные системы связи и коммуникаций охватывают планету своими высокоскоростными магистралями. Интернет послужил толчком для развития новых средств массовой коммуникации и изменил медиа ландшафт XXI века.

Идея передачи по Интернету движущегося видеоизображения в реальном времени уже нашла свое воплощение. Эта технология используется не только для телевидения, передачи видеозаписей, новостей, но и для переговоров обычных пользователей Интернета друг с другом, для организации видео совещаний, телеконференций со многими участниками, телемедицины, дистанционного образования. Интернет быстро становится атрибутом домовладельцев в разных уголках мира. Исследователи приходят к выводу, что число пользователей этой сетью находится в определенном соотношении с обладателями персональных компьютеров, развитием телекоммуникаций, а также правительственной политикой.

Новые СМК облегчили приобретение знаний, обеспечили доступ к фондам библиотек, университетов, музеев, ускорили почтовое обращение и другие общенациональные и транснациональные информационно-культурные услуги. В отличие от традиционных СМИ, пользователи Интернета из пассивных реципиентов информации превращаются в ее активных преобразователей, создателей и распространителей. Интернет постепенно приходит в разные уголки мира, открывая новые возможности для развития экономики, культуры, образования, науки, общественной жизни и предпринимательства.

В феврале 2011 года государственная секретарь США Хиллари Клинтон выступила с речью о «свободе в Интернете», где отметила, что на сетевую безопасность и на борьбу с киберпреступлениями выделяется в 2011 году 25 млн. долларов. В США уже разработаны технологии (NewAmericaFoundation) по созданию открытого стока для обеспечения работы телекоммуникационной системы на основе «ячеистой топологии», в которой обрыв кабеля уже не приведет к потере соединения между двумя компьютерами. Этот грант оценивался в 3,5 млн. доллара. По сути – сочетание этих проектов позволит миллионам людей по всему миру общаться друг с другом без посредничества телефонных операторов и Интернет-провайдеров (5).

В мире в 2011 году было более 2,1 млрд. пользователей Интернета, практически полови-

на из них – жители азиатских стран, как отмечает аналитическая компания «TheRoyalPingdom». В Азии живут около 44% всех Интернет-пользователей мира, в Европе – 23%, на Северную Америку в 2011 году приходилось 13% пользователей сети, каждый десятый пользователь был из Латинской Америки. На Африку, Ближний Восток и Австралию пришлось – 6%, 3% и 1% пользователей соответственно. Почти половина всех Интернет-пользователей мира – младше 25 лет.

Происходит бурный рост пользователей сети Интернет в Казахстане. Так, за период с 2000 по 2003 годы их количество увеличивалось на 200% ежегодно. С 2000 по 2009 годы число Интернет-пользователей в Казахстане возросло с 70 тысяч до 2,3 млн. человек (увеличение в 30 раз). По данным Министерства связи и информации РК на начало 2011 года в стране было 4 млн. 300 тысяч Интернет-пользователей, уже к концу 2011 года – было 6,7 млн. пользователей Интернета. В республике функционируют 24 государственных Интернет-ресурса (6). В начале 2012 года число Интернет-пользователей в Казахстане насчитывалось 8,7 млн. человек – это 50% населения страны (16,8 млн. жителей в республике).

В настоящее время бурно развиваются новые СМК и, в частности, социальные сети во всем мире, и Казахстан не исключение. Число казахстанских пользователей социальной сети превышало 2 млн. человек. Директор «Интерньюс-Казахстан» М. Ельшибаева отмечала, что в тех регионах Казахстана, где функционирует сильное местное ТВ, активность СМИ в Интернете меньше. А там, где традиционные медиа не удовлетворяют потребность аудитории в информации, в Интернете жизнь бьет ключом. Так, в Караганде, Шымкенте и Кустанае телекомпании «дадут фору

любому алматинскому и астанинскому телеканалу». А в Западном Казахстане, по ее мнению, ТВ уступает каналам из вышеперечисленных городов, зато там СМИ хорошо представлены в социальных сетях. В целом, далеко не все казахстанские СМИ представлены в социальных сетях. Многие масс медиа, успешные в «реальном» пространстве, не чувствуют пока необходимости в интерактивном общении в Сети. Однако в условиях бурного развития новых СМК ситуация может измениться [7].

Интернет, кабельно-спутниковое телевидение, мобильная телефония являются одними из главных компонентов процесса глобализации. Они глобальны по своей сути. Глобальными являются и последствия эволюции новых медиа, их внедрение и развитие уже сегодня изменяет формы потребления информации.

### Литература

- 1 Бакулев Г.П. Кабельно-спутниковое вещание: Мировой опыт. – М., 1996. – С.7.
- 2 Groebel J. New Media Development. Stability and Change in Communication Behavior // Trends in Communication, 1997. – № 1. – Р. 6-7.
- 3 Колесник С.Г. Основные тенденции развития телевидения в США (1995-1996) // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика, 1998. – № 1. – С. 36.
- 4 Information and communication technologies. Vision and realities.-Oxford University Press, 1996.
- 5 Взгляд, 2011, 22 июня. – С.6
- 6 ТРК «Казахстан» от 10 января 2011 г.
- 7 Джалилова А. Эксперты говорят о революции в сфере массовой коммуникации // Панорама. – 2010. – 1 октября. – С. 3.

С.Х. Барлыбаева

#### Жаңа медиа: даму тенденциялары

Мақалада бұқаралық коммуникацияның дамуы, әлемде және Қазақстанда пайда болып жатқан жаңа медианың түрлері туралы айтылады. Қазіргі қоғамның дамуы медиа ландшафтты өзгертуші жаңа ақпараттық-коммуникациялық технологияның және жаңа СМК ықпалымен жүзеге асуда. Жаңа медиа мәтінді, дыбысты, бейнежазуды, статикалық суретті және қозғалатын бейнелерді бір мезгілде бере алады, олар белгілі бір дәрежеде интерактивті болып табылады.

**Түйін сөздер:** бұқаралық коммуникация, жаңа медиа, жаһандану, ақпараттық индустрия, цифрлық, кабельді-спутниктік хабарлау.

S. Barlybayeva

#### The new media: tendencies of development

In this article the reader will acquainted with the development of new Mass Media, find out what factors contribute to their development, what properties have the new Mass Media. The development of modern information technologies and society under the influence of new Mass Media in Kazakhstan is held up as an example in the article.

**Keywords:** Mass communication, new copper, globalization, information industry, digital, cable and satellite broadcasting.