

Nauki Społeczno-Humanistyczne Соціально-Гуманітарні Науки Social and Human Sciences

Research areas. The Editorial Board. Contacts Rejestracja czasopisma.  
Official documents. Foto Video Rules for Authors. Archive issues of the journal  
Volumes (Contentes)  
Search Login io.ua

Lesiuk, Olga (2019). LATEST MEDIA: TRENDS AND CHALLENGES OF THE PRESENT. Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal, 01 (21).

## НОВІТНІ МЕДІА: ТЕНДЕНЦІЇ І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

УДК 070:004.9

Лесюк, Ольга,  
кандидат наук з соціальних комунікацій,  
Університет митної справи та фінансів (Україна Дніпро),  
бібліотека,  
директор,  
olgalesiukk@gmail.com

### АНОТАЦІЯ

У статті визначені ключові характеристики та основні сучасні моделі новітніх медіа, які виникли з розвитком технологій Веб 2.0: інтернет-ЗМІ, соціальні мережі, блогосфера та ін. Представлені актуальні виклики і основні тенденції розвитку зарубіжних та вітчизняних нових медіа, серед яких слід відзначити збільшення інформаційних потоків та джерел інформації, комерціалізацію та монетизацію медіа, трансформацію структури інформаційного споживання, появу нових моделей медіа-комунікації тощо.

Ключові слова: новітні медіа, блог, соціальні мережі, громадська журналістика.

# LATEST MEDIA: TRENDS AND CHALLENGES OF THE PRESENT

Lesiuk, Olga,  
PhD of Social Communications,  
University of Customs and Finance (Ukraine, Dnipro),  
Library,  
Director,  
olgalesiukk@gmail.com

## SUMMARY

Key characteristics and major models of the newest media, which have emerged with the development of web technologies 2.0 such as the Internet, mass media, social networks, the blogosphere, are described in the article. Current challenges and main trends of development of foreign and domestic new media such as increase in information flows and sources of information, commercialization and monetization of media, transformation of the structure of information consumption, the emergence of new media models are presented in the article.

Keywords: new media, social network, blog, public journalism.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства зростає роль новітніх медіа у розповсюдженні та організації широкого доступу до інформації і знань. Конвергенція друкованих медіа, радіо і телебачення, Інтернету, використання мобільних технологій дозволили поширювати контент на різних платформах, розширили межі доступу до інформації і створили культуру активної залученості користувачів, які зараз не просто споживають інформацію, а й беруть активну участь в її створенні і розповсюдженні. Розвиток технологій Веб 2.0 сприяв виникненню нових медійно-комунікаційних платформ: хостингів, блогів, Wikis, соціальних мереж, відкритих ресурсів, які, в свою чергу, змінили моделі взаємодії між автором контенту та його споживачем.

Збільшення інформаційних потоків та джерел інформації, зростання використання цифрових, мобільних і соціальних медіа-технологій, впливають на життя суспільства, поширюючи принципово нові моделі соціальної інтеграції, комунікації, суспільно-політичної активності і визначають сучасні виклики і тенденції розвитку новітніх медіа і потребують детального розгляду та аналізу.

Вагомий внесок в дослідження феномену «новітніх медіа» зробили зарубіжні фахівці Т. Флю, Л. Мановіч, В. Кросбі, М. Маклюен, О. Стінс, Д.

Ван Фухт, [4; 2; 1; 10; 15] тощо. Активні розробки в цьому напрямку ведуть українські вчені С. Квіт, Г. Почепцов, С. Телешун, А. Данько-Сліпцова [9; 13; 16; 6] та ін. Різні аспекти вивчення нових медіа висвітлені у працях Л. Городенко, Л. Мудрак, К. Журбенко [5; 12; 8]. Так, науково-теоретичні передумови виникнення і розвитку дискусії про новітні медіа у контексті теорії масової комунікації розглядає Л. Городенко. Автор пропонує розглядати нові медіа як своєрідний комунікаційний феномен, що стимулює користувачів до віддаленого, безособистісного спілкування. К. Журбенко аналізує нові медіа як соціокультурний феномен, який привів до появи принципово нової культури комунікації в сучасному суспільстві. Л. Мудрак дає визначення нових (конвергентних) медіа за умов змін медіа-простору та еволюційних технологічних змін, які переживає людство нині

Світові медіа-тенденції досліджує журналіст, цифровий стратег, науковий співробітник The Reuters Institute із вивчення журналістики при Оксфордському університеті Н. Ньюмен [3]. Аналізуючи опитування керівників та редакторів ЗМІ, фахівців з нових медіа, професорів факультетів та шкіл журналістики у 25 країнах, автор підсумовує процеси, що відбуваються в американській та світовій журналістиці протягом року та розповідає, якими будуть головні виклики майбутнього. Дослідження трендів новітніх медіа проводять російські фахівці В. Пуля, М. Корнев [14]. Тенденції розвитку українських медіа висвітлено на сайтах інтернет-видань «Детектор медіа», «MediaSapiens» [7].

Мета статті – визначити ключові характеристики та основні сучасні моделі новітніх медіа, розглянути найважливіші світові та вітчизняні тенденції у новітніх медіа та виявити вплив актуальних викликів на їх розвиток.

Виклад основного матеріалу. Термін «новітні медіа» (далі НМ) увійшов в науковий обіг в кінці ХХ сторіччя і пов'язан з розвитком нових інформаційних технологій, Інтернету. Єдиного визначення цього поняття не існує, так Л. Манович пропонує розглядати новітні медіа як поєднання існуючих культурних традицій та комп'ютерних програм; як поняття, що супроводжує появу кожних наступних новітніх медіа; як комп'ютерні технології, що використовуються в якості платформ дистрибуції; як алгоритмічний процес (комп'ютерні програми, що їх створюють – це набір певних алгоритмів); як цифрові дані, що контролюються комп'ютерною програмою; як можливість втілення ідей за допомогою комп'ютера; як кодування сучасного авангарду, як мета-медіа [2]. Р. Нойман визначає НМ як «новий формат існування засобів масової інформації, постійно доступних на цифрових пристроях», цей формат передбачає активну участь користувачів у створенні і розповсюдженні контенту [15].

Моделі нових медіа можуть включати в себе: інтернет-представництва традиційних ЗМІ; інтернет-ЗМІ; вебкастинг; подкастинг; мобільне ТБ; блогосферу; кіно, розраховане на інтернет-аудиторію; соціальні мережі; віртуальні спільноти; віртуальні ігри; інші ресурси Веб 2.0. Ключові ознаки НМ: інтерактивність і дигіталізація; конвергенція; орієнтація на індивідуальні потреби користувачів, адаптація соціуму до нових культурних ролей, що пропонує мережа, створення нової публічної сфери, фрагментація і внутрішнє розмивання «медіа-інститутів», зменшення соціального контролю. Нові медіа оперативно реагують на цифрові та суспільно-політичні трансформації, в той же час самі стають джерелом цих перетворень.

За результатами досліджень Н. Ньюмана [3], представлених у виданнях «Journalism, Media and Technology Predictions» Reuters Institute for the Study of Journalism, в сфері медіа спостерігається погіршення становища телебачення, попит на подкастинги, зростання інвестицій в онлайн-відео (відео-стрімінг). В медіа-середовищі запроваджуються технологічні новації: тривають експерименти зі штучним інтелектом (AI) і впроваджуються роботи-журналісти («боти»); триває переосмислення представлення сайтів і перехід до сайтів-додатків, інтерфейс яких наближено до вигляду і функціоналу мобільних пристроїв; зростає попит на відео-стрімінг (Periscope, Meerkat, функціонал «Відео наживо» у Facebook). В. Пуля та М. Корнєв також передбачають революцію медіатизації речей – MoT (Mediation of Things) після революції інтернету речей – IoT (Internet of Things), яка відбувається зараз; гейміфікацію (тобто запровадження ігрових механік) медіа; використання віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності в представленні контенту [14].

Спостерігається перехід аудиторії в месенджери – системи миттєвого обміну повідомленнями, які стають новими «соціальними мережами», де користувачі обмінюються новинами. Для медіа – Viber, WhatsApp, Telegram стають додатковими каналами дистрибуції контенту. З'являються нові напрямки журналістики: «журналістика скріншоту», «журналістика одного погляду» (англ. «glance journalism»), «журналістика по запити», «адміністративна журналістика».

Як відповідь на розповсюдження пропаганди та дезінформації відбувається активний розвиток «фактчекінгу» та «сторожевої» журналістики (англ. «watchdog journalism»), це стимулює появу нових способів боротьби з фейками, розробку інструментів для громадянських розслідувань. Так в США, Великобританії розробляються та запроваджуються інструменти, додатки, мета яких – автоматизувати перевірку фактів. Зарубіжними та вітчизняними дослідниками спостерігається повернення до соціальних функцій і принципів відповідальної журналістики. У сучасного суспільства виникає потреба у журналістиці «прямої дії», яка дає швидкий зворотній зв'язок через соціальні медіа, стає інструментом громадянського впливу на суспільно-політичне життя. Вітчизняні фахівці серед позитивних тенденцій українських медіа

також відзначають створення суспільного мовлення, розвиток розслідувальної, онлайн та індивідуальної журналістики [7].

Таким чином, поглиблення процесів глобалізації інформаційної діяльності, трансформація структури інформаційного споживання, транснаціоналізація мас-медіа, концентрація власності в медійній сфері, комерціалізація журналістики, політичний дискурс, технологічний розвиток визначають сучасні тенденції у світових та вітчизняних медіа і потребують подальшого вивчення та аналізу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Crosbie V. What is New Media? Rebuilding Media: The fate of media [Electronic resource] // Corante : weblog. - 2006. – Режим доступу: <http://bit.ly/2nHIgLD>.

Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2001.- 354p.

Newman N. Journalism, Media and Technology Predictions [Electronic resource] // Reuters Institute for the Study of Journalism: Website.- Oxford, 2018. - Режим доступу: <http://bit.ly/2FKK4Lr>

Flew T. New Media. Oxford University Press, 2008. - 280 p.

Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація? // Актуальні питання масової комунікації. - 2013. - Вип. 14. – С.65-69.

Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія [Електронний ресурс] // Освіта регіону: укр. наук. журн. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/1242>.

Дві проблеми та дві позитивні тенденції української журналістики [Електронний ресурс] // Детектор медіа.[опитування ДМ]. - 2017. - Режим доступу : <http://bit.ly/2EqUYca>

Журбенко К.Л. Нові медіа як об'єкт соціологічного вивчення // Грані. - 2016. - № 7. - С. 90-95.

Квіт С.М. Масові комунікації: підручник для студентів ВНЗ. - Київ: Видав. дім "Києво-Могилянська академія", 2008. - 206 с.

Маклюен М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. – М.: «Канон-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. - 464с.

Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. - Львів: Літопис, 2010.- 538 с.

Мудрак Л. Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору [Електронний ресурс] // Вісн. Нац. акад. держ. упр. -2013.-№11. - Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2013-2-34.pdf>

Почепцов Г. Інформаційно-комунікативні процеси в сучасних суспільствах [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13544>

Пуля В., Корнев М. 5 трендов новых медиа в 2017 году [Электронный ресурс] // Media Toolbox. - Режим доступу : <http://mediatoolbox.ru/trends2017/>

Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа [Электронный ресурс] // Вестник ВолГУ. Серия 8. Литературоведение. Журналистика. - 2008. - Вып. 7. - С. 98–106. - Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru/article/n/novye-media>.

Телешун С., Журавльов О. Нові виклики інформаційного суспільства. – [Електронний ресурс] // Відкриті очі: [блог]. - Режим доступу: [http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2011/04/blog-post\\_21.html](http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2011/04/blog-post_21.html).

## REFERENCES:

Crosbie, V. (2006). What is New Media? Rebuilding Media: The fate of media. Corante : weblog. – Available at: <http://bit.ly/2nHlgLD>.

Manovich, L. (2001). The Language of New Media. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. – 354 p.

Newman, N. Journalism, Media and Technology Predictions. Reuters Institute for the Study of Journalism: Website.- Oxford, 2018. - Available at: <http://bit.ly/2FKK4Lr>

Flew, T. (2008). New Media. Oxford University Press. - 280 p.

Horodenko, L. (2013). Novi media: zhurnalistika chi komunikatsiyaa. Aktual'ni pitannya masovoi komunikatsii. Vip. 14, S.65-69.

Dan'ko-Sliptsova, A. Novi media: istoriya, tipolohiya. Osvita rehionu: ukr. nauk. zhurn. – Available at: <http://social-science.com.ua/article/1242>.

Dvi problemi ta dvi pozitivni tendentsii ukrains'koi zhurnalistiki [Elektronnij resurs] // Detektor media.[opituvannya DM]. - 2017. - Available at: <http://bit.ly/2EqUYca>

Zhurbenko, K.L. (2016). Novi media yak ob'iekt sotsiolohichnoho vivchennya. Hrani. №7, S. 90-95.

Kvit, S.M. (2008). Masovi komunikatsii: pidruchnik dlya studentiv VNZ. Kyiv: Vidav. dim "Kiievo-Mohilyans'ka akademiya". - 206 s.

Maklyuen, M. (2003). Ponimanie Media: vneshnie rasshireniya cheloveka. M.: «Kanon-press-TS», «Kuchkovo pole». – 464 s.

Mak-Kvejl, D. (2010). Teoriya masovoi komunikatsii. L'viv: Litopis. - 538 s.

Mudrak, L. (2013). Konverhentni media yak naukova katehoriya ta sub'iekt informatsijnoho prostoru. Visn. Nats. akad. derzh. upr. №11. - Available at: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2013-2-34.pdf>

Pochepstov, H. Informatsijno-komunikativni protsesi v suchasnikh suspil'stvakh. - Available at: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13544>

Pulya, V.; Kornev, M. (2017). 5 trendov novykh media v 2017 hodu. Media Toolbox. - Available at: <http://mediatoolbox.ru/trends2017/>

Stins, O.; Van Fukht, D. (2008). Novye media. Vestnik VolHU. Seriya 8. Literaturovedenie. Zhurnalistika. Vyp. 7. - S. 98–106. - Available at: <http://www.cyberleninka.ru/article/n/novye-media>

Teleshun, S.; Zhuravl'ov, O. (2011). Novi vikliki informatsijnoho suspil'stva. Vidkriti ochi: [blog]. - Available at: [http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2011/04/blog-post\\_21.html](http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2011/04/blog-post_21.html).