

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южный федеральный университет»

На правах рукописи



Шведов Игорь Юрьевич

**НОВЫЕ МЕДИА В КУЛЬТУРЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ:
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ**

специальность 5.10.1 Теория и история культуры, искусства
(философские науки)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук

Ростов-на-Дону – 2025

Работа выполнена на кафедре теории культуры, этики и эстетики Института философии и социально-политических наук федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Южный федеральный университет».

Научный руководитель: **Агапова Елена Анатольевна**
доктор философских наук, доцент, заведующая кафедрой социальной философии Института философии и социально-политических наук ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет».

Официальные оппоненты: **Игнатов Михаил Александрович**
доктор философских наук, доцент, заведующий кафедрой социологии и управления ФГБОУ ВО «Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова» (г. Белгород).

Сиюхова Аминет Магаметовна
доктор культурологии, доцент, профессор кафедры философии, социологии и педагогики ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет» (г. Майкоп).

Защита состоится «25» сентября 2025 года в 11:00 на заседании диссертационного совета ЮФУ801.03.02 по философским наукам при Южном федеральном университете по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 105/42, а. 203.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке им. Ю.А. Жданова Южного федерального университета по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Зорге, д. 21Ж, 2 этаж, и на сайте Южного федерального университета по адресу: <https://hub.sfedu.ru/diss/show/1345299/>

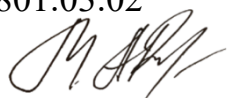
Автореферат разослан «___» _____ 2025 г.

Отзыв на автореферат в 2-х экземплярах (с указанием ФИО (полностью), ученой степени со специальностью, ученого звания, полного наименования учреждения и подразделения, должности, адреса и номера телефона учреждения, e-mail, а также даты написания отзыва) с заверенной подписью рецензента и печатью учреждения просим направлять ученому секретарю диссертационного совета ЮФУ801.03.02 Романенко М.А. по адресу: 344065, г. Ростов-на-Дону, пер. Днепроvский, 116, ИФСПН ЮФУ, а также в формате pdf – на e-mail: mromanenko@sfedu.ru

Ученый секретарь

диссертационного совета ЮФУ801.03.02

кандидат философских наук



Романенко Максим Андреевич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Современная культура массовых коммуникаций является сущностно новым явлением в истории культуры. Ее принципиальное отличие базируется на трансформации самого фундамента функционирования. С появлением инновационных цифровых технологий и новых медиа устоявшиеся культурные практики пережили серьезные изменения. Значительно изменились основы генерации, передачи и хранения информации. Это неизбежно привело к трансформации привычных типов межличностной коммуникации.

Использование сети Интернет превратилось в повседневную необходимость, через которую открывается доступ к рабочим, профессиональным, образовательным и бытовым процессам, обеспечивающим жизнедеятельность человека. Этот процесс в свою очередь также поспособствовал не только изменению способов восприятия информации и создания культурных артефактов, но трансформации представлений личности о себе.

Это приводит к проблеме, которая является одинаково значимой как для отдельной личности, так и для всего общества. Проблема заключается в том, что круг действий, которые человек совершает ежедневно и которые являются базой его социальной и профессиональной деятельности, все больше замыкается на цифровых средствах приема и передачи информации. Те сегменты человеческой жизни, которые ранее не выходили за пределы узкого круга близкого окружения, сегодня получают новое преломление и переосмысливаются через призму соответствия диджитальным стандартам.

Сегодня на наших глазах культурная матрица современного общества трансформируется и обогащается новыми практиками и «ритуалами», которые были порождены всеобщим переходом на цифровые источники информации. Сколько бы работ не было написано на эту тему, каждая из них в некоторых своих аспектах устаревает с периодичностью в несколько лет. Процесс медиатизации происходит не только стремительно, но во многом и стихийно, поэтому прогнозировать его течения и предсказать изменения становится все сложнее. Ученые могут лишь фиксировать наличествующие изменения и обозревать совсем небольшой горизонт событий. Таким образом, одним из самых важных вопросов в современных научных изысканиях на данную тему становится вопрос влияния новых медиа на культуру массовых коммуникаций в целом и на изменение конкретных культурных практик в частности.

Закономерно, что изучение влияния вышеозначенных процессов становится актуальной задачей для широко спектра наук, в частности, для культурологии и

соответствует трем ее основным задачам – целостному объяснению культуры, изучению происхождения отдельных феноменов культуры и определению места и роли индивида в культурных процессах.

В ключе практической актуальности исследования нужно отметить, что понимание механизмов функционирования новых медиа обеспечивает теоретическую базу для создания стратегий управления культурными пространствами и адаптации традиционных культурных практик к современным цифровым реалиям.

Вопросы функционирования новых медиа в современной культуре, рассматриваемые в данной диссертационной работе, актуальны и для современной отечественной культуры. Рассматриваемая тема является значимой в этом контексте ввиду нескольких причин, главная из которых заключается в том, что количество россиян, которые получают новостной, образовательный и развлекательный контент посредством новых медиа неуклонно растет, что делает тему исследования все более актуальной.

Расширяя аспекты актуальности данного исследования, необходимо сказать и о необходимости для российского общества быть осведомленным об основных цифровых трендах, существующих в современном мире, чтобы иметь возможность сохранять свою культуру и самобытность и эффективно противостоять намеренно создаваемым культурным угрозам, в которых новые медиа используются как инструмент распространения информации.

Таким образом, тема новых медиа в современной культуре является важной как для всех обществ современного типа в целом, так и для российского общества в частности, т.к. репрезентирует их влияние на мировоззрение, ценностную базу, экономические тенденции и политические процессы.

Степень научной разработанности проблемы

На сегодняшний день очевидно, что тема феномена новых медиа в системе массовых коммуникаций является одной из самых актуальных и перспективных тем для исследования для современной культурологии. Влияние цифровых технологий на формирование новых и трансформация привычных культурных явлений обращает на себя пристальное внимание исследователей всего мирового научного сообщества. На данный момент можно констатировать, что уже накоплен значительный объем знаний на данную тему. Однако учитывая тот факт, что процесс встраивания новых медиа в культурное поле происходит постоянно и имеет тенденцию к увеличению, объем исследований является недостаточным и не может исчерпать интересующую тему полностью.

В научном поле имеет место быть широкий спектр подходов к изучению данной темы, среди них – культурно-исторический, социологический, психологический и др. При этом, несмотря на широкую освещенность

интересующей нас проблематики, остается ряд лакун, которые требуют дополнительных исследований. Например, такие вопросы, как роль новых медиа в процессах изменения типов коммуникации и контента, феномен постправды и изменения роли информации, трансформация культурных практик (среди которых способы узнавания новостей, развлечения, межчеловеческое общение, образовательные практики, искусство, политические процессы) под воздействием новых медиа и культурные вызовы, которые они за собой влекут. Эти и другие вопросы будут подробно рассмотрены в данном диссертационном исследовании.

Появление самого термина «медиа» изначально связывается с Торонтской школой коммуникации и с именами ее основных представителей – Гарольда Инниса и Маршалла Маклюэна. Идеи М. Маклюэна перекликаются с тезисами Э. Карпентера, его предшественника и представителя Торонтской школы, который заложил основу понимания того, что медиа формирует уникальный тип реальности. Данный тезис Э. Карпентера представлен в его работе «Oh, What a Blow That Phantom Gave to Me!»¹, опубликованной в 1961 году. В этом исследовании он рассматривает влияние новых на момент написания книги средств коммуникации, а именно телевидения, на мировосприятие и формирование культурных ценностей. Эта же идея присутствует и в других его работах, например, в сборнике эссе «They Became What They Beheld»².

В дальнейшем именно благодаря последователю Э. Карпентера канадскому ученому М. Маклюэну произошло закрепление термина «медиа» в научном и общественном дискурсе. В 1960-е годы в его исследованиях было сформулировано изначальное понятие, которое впоследствии претерпело изменение вслед за изменением самой реальности, в которой существовали медиа. В контексте нашего исследования особенно значима работа М. Маклюэна «Понимание Медиа: внешние расширения человека»³, в которой он изучал влияние средств массовой информации на общество.

Один из наиболее уважаемых американских аналитиков в области СМИ Генри Дженкинс в своей книге «Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа»⁴ также исследует взаимодействие традиционных и цифровых медиа внутри современной культуры.

1 Carpenter, E. Oh, What a Blow That Phantom Gave Me! / E. Carpenter. – Holt, Rinehart and Winston; First Edition Used, 1973. – 192 p.

2 Carpenter, E. They Became What They Beheld / E. Carpenter. – Ballantine Books; First American Edition, 1970. – 157 p.

3 Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; перевод с английского В. Г. Николаева. – М. : Гиперборея ; Кучково поле, 2007. – 464 с.

4 Дженкинс, Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа / Г. Дженкинс ; перевод с английского А. Гасилина. – М. : Группа Компаний «Рипол Классик», 2019. – 384 с.

Известный французский культуролог и философ Жан Бодрийяр обращал внимание на тему медиа и их способностей трансформировать современную культуру в нескольких работах, наиболее известными из которых являются «Симулякры и симуляция»⁵, «Система вещей»⁶ и «В тени молчаливого большинства, или Конец социального»⁷.

Итальянский теоретик культуры У. Эко уже во второй половине XX века в своей работе «Открытое произведение»⁸ касался темы взаимовлияния массовой культуры, распространяемой посредством средств массовой информации, и процессов самоактуализации и самоидентичности личности.

С массовым внедрением цифровизации в начале XXI века теория Маклюэна была дополнена другими исследователями, которые в свои изыскания начали включать и сравнительные характеристики традиционных и цифровых медиа. Среди них можно назвать имена таких зарубежных исследователей, как Н. Больц⁹, Ф. Киттлер¹⁰, М. Хансен¹¹, М. Фуллер¹².

Вторым витком исследований, освещающих стремительно развивающийся процесс изменений в способах создания и передачи информации пользователям, стали работы таких авторов, как Ф. Бермехо¹³, К. Уэлберс¹⁴ и М. Пауэрс¹⁵. Эта группа исследователей впервые обратила внимание на процессы формирования содержательной составляющей медиа в зависимости от предпочтений публики.

Еще одним известным американским ученым, занимающимся изучением новых медиа, является Говард Рейнгольд¹⁶. Приоритетная тема его исследований заключается в изучение влияния медиатизации на культурную, социальную и политическую сферу общества.

5 Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр ; перевод с французского А. Качалова. – М. : Издательский дом «Постум», 2015. – 240 с.

6 Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр ; перевод С. Н. Зенкина. – М. : «Рудомино», 2001. – 220 с.

7 Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр ; перевод Н. В. Суслова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. – 96 с.

8 Эко, У. Открытое произведение. Форма и неопределенность в современной поэтике / У. Эко. – СПб. : Академический проект, 2004. – 384 с.

9 Больц, Н. Азбука медиа / Н. Больц. – М. : Издательство «Европа», 2006. – 184 с.

10 Киттлер, Ф. Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 года / Ф. Киттлер. – М. : Издательство «Логос», 2009. – 271 с.

11 Hansen, M. New Philosophy for New Media / M. Hansen. – Cambridge : MIT Press, 2004. – 372 p.

12 Fuller, M. Software Studies: A Lexicon / M. Fuller. – Cambridge, Massachusetts : MIT Press, 2008. – 352 p.

13 Bermejo, F. Audience manufacture in historical perspective: From broadcasting to Google / F. Bermejo // *New Media & Society*. – 2009. – 11(1-2). – Pp. 133–155.

14 Welbers, K. News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics / K. Welbers, Van Atteveldt W., Kleinnijenhuis J., Ruigrok N., Schaper J. // *Journalism*. – 2015. – № 17 (8). – Pp. 1037–1053.

15 Powers, M. Audience Clicks and News Placement. A Study of Time-Lagged Influence in Online Journalism / M. Powers // *Communication Research*. – 2014. – 41(4). – Pp. 505–530.

16 Рейнгольд, Г. Умная толпа: Новая социальная революция / Г. Рейнгольд. – М. : Фаир-пресс, 2006. – 416 с.

Говоря о современных исследователях, изучающих тему новых медиа, нельзя не упомянуть Льва Мановича и его работу «Язык новых медиа»¹⁷, в которой отражено большинство тенденций, привнесенных в культуру массовых коммуникаций новыми медиа.

Рассмотрению воздействия новых медиа в России посвящены работы А.С. Сумской и С.А. Свердлова¹⁸, В.А. Бирюкова¹⁹, М.К. Чучетковой²⁰, М. Е. Кошелюка, Г. Г. Почепцова, И. П. Ильина, С. Мирошниченко, В. Суханова и др. Общим направлением мысли у данных исследователей является рассмотрение процессов медиатизации и диджитализации как процессов, инициирующих ряд значимых культурных изменений.

Кроме того, большой вклад в разработку темы новых медиа внес И.М. Дзялошинский в своей монографии «Медиапространство России: пробуждение Соляриса»²¹. Автор анализирует структуру российского медиапространства и исследует категориальный аппарат, применяемый для его описания, уделяя особое внимание анализу тенденций эволюции медиапространства и возможным угрозам его развития.

Внимания заслуживает также и учебное пособие «Новые медиа: теория и практика: учебно-методическое пособие»²², созданное И. Б. Игнатовой, Е. С. Зубаркиной, А. В. Землянским. В нем рассматриваются интеграция журналистики в цифровое пространство, основные характеристики современных медиа, принципы функционирования моделей новейшей журналистики в цифровом дискурсе; особое внимание уделяется методическим аспектам анализа современных медийных процессов.

17 Манович, Л. Язык новых медиа / Л. Манович. – М. : Ад Маргинем пресс, 2018. – 400 с.

18 Сумская, А.С. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: роль коммуникативно-культурной памяти в трансформации медиапрактик / А.С. Сумская, С.А. Свердлов // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2019. – Т. 25, № 3 (189). – С. 32–48.

19 Бирюков, В.А. Трансформация аудитории средств массовой информации под влиянием конвергенции / В.А. Бирюков // Развитие экономики и менеджмента в современном мире : сб. науч. тр. по итогам междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж, 2015. – 279 с., С. 88–90.

20 Российские СМИ и журналистика в новой реальности: материалы Международной науч. - практ. конф. (Екатеринбург, 14 – 15 апреля 2011 г.) // Чучеткова М.В. К вопросу о портрете аудитории современных интернет-СМИ // . – Екатеринбург: 2011. – 473 с., С. 276–278.

21 Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: АПК и ППРО, 2012. - 422 с.

22 Игнатова, И. Б. Новые медиа: теория и практика : учебно-методическое пособие / И. Б. Игнатова, Е. С. Зубаркина, А. В. Землянский. – Москва : Московский педагогический государственный университет, 2022. – 96 с.

Исследование «Как новые медиа изменили журналистику»²³ под редакцией С. Балмаевой и М. Лукиной освещает точку зрения различных авторов на новые формы медиапотребления, представляет их качественный анализ.

Серьезное культурологическое исследование по рассматриваемой теме представляет собой работа А. Черных «Мир современных медиа»²⁴. В числе рассматриваемых вопросов в ней обозначены коммодификация информации, изменение подачи новостного контента, влияние медиатизации на художественное творчество, социально-психологические последствия погружения в виртуальную реальность и многие смежные вопросы, не утрачивающие своей актуальности сегодня.

Несмотря на обширный вклад, который внесли в разработку темы новых медиа в культуре массовых коммуникаций все вышеперечисленные авторы, актуальность темы постоянно возрастает. Так, воздействие новых медиа на культуру является крайне динамичным и малопредсказуемым процессом, что требует своевременного осмысления. Соответственно, вопрос о последствиях этого воздействия, о том, как проявляются вызванные новыми формами коммуникации социокультурные трансформации, и составляет **научную проблему** диссертационного исследования.

Объектом исследования выступает культура массовых коммуникаций в контексте новых медиа.

Предметом исследования являются характеристики и особенности функционирования новых медиа, обуславливающие изменения в современной культуре.

Основная цель исследования состоит в анализе влияния новых медиа на культуру массовых коммуникаций, включая выявление связанных с этим культурных вызовов.

В соответствии с целью исследования, сформулированы следующие **задачи**:

1. Выявить принципиальные отличия новых медиа от традиционных, включая изменения в коммуникации, типах контента и цифровой активности, а также исследовать феномен «постправды» как следствие трансформации роли информации.

2. Проанализировать базовые характеристики новых медиа: диджитализированность, гипертекстуальность и общедоступность.

23 Амзин, А. А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016. – 304 с.

24 Черных, А. И. Мир современных медиа. – Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2007. – 424 с.

3. Рассмотреть новые медиа как социокультурный феномен, раскрывая их влияние через процесс медиатизации (медиасредства, медиапотребление, медиаобразование, медиаимидж).

4. Описать трансформацию культурных практик под влиянием новых медиа и обозначить связанные с этим культурные вызовы.

Общая гипотеза исследования состоит в том, что изменение принципов распространения информации новыми медиа связано с изменением способов функционирования культурных механизмов в обществе, и проявляется в трансформации форм культурного производства, потребления и взаимодействия.

Теоретико-методологические основания исследованиями

Теоретико-методологической базой исследования стала концепция деятельностного подхода к культуре. Концепция деятельностного подхода к культуре получила развитие и известность в ростовской культурологической школе, среди основателей которой можно назвать Ю.А. Жданова, В.Е. Давидовича, М.К. Петрова; затем идеи вышеназванных исследователей получили широкое развитие в трудах таких ученых, как Г.В. Драч, Е.Я. Режабек, А.Н. Ерыгин, О.М. Штомпель, Т.С. Паниотова, Е.В. Золотухина, В.К. Королев и др.

Деятельностный подход к культуре основывается на том, что сам термин «культура» выражает родовую специфику деятельности, присущей человеку и являющейся всеобщим способом бытия людей. Как отмечает Г.В. Драч, такой подход позволяет увидеть культуру как способ человеческой деятельности, воспроизводящей человека как общественное существо; а саму культуру он определяет как «не только различные области действительности, но и действительность человека в этих областях, глобальная сфера человеческой жизни»²⁵. В диссертационной работе предмет исследования будет проанализирован через призму такого понимания культуры и человека, функционирующего в ней.

Теоретические и методологические основания данного исследования были дополнены междисциплинарным подходом и соответствующим языком описания, применяемым в области теории медиа, истории цифровых медиа и теории коммуникации.

Здесь следует обозначить термины и пояснить, что именно мы понимаем под такими базовыми для данного исследования понятиями, как «новые медиа» и «культура массовых коммуникаций». Под новыми медиа мы будем понимать цифровую форму существования СМИ, характеризующуюся интерактивностью

25 Драч, Г.В. Культура в контексте цивилизационного развития: эффект глобализации / Г.В. Драч // Научная мысль Кавказа. – 2016. – № 4 (88), с. 27.

и возможностью для пользователей не только получать информацию, но и создавать и распространять ее, становясь активным участником формирования информационного пространства. В качестве рабочего понятия «культура массовых коммуникаций» мы используем следующее: культура массовых коммуникаций – это совокупность ценностей, норм, символов и практик, созданных на их основе, создаваемых, распространяемых и потребляемых через средства массовых коммуникаций и формирующих общественное сознание.

Важной в контексте изучения и анализа предмета исследования стала идея Маршалла Маклюэна, изложенная им в книге «Понимание Медиа: Внешние расширения человека»²⁶, относительно того, что средства массовой информации являются объектами исследования сами по себе, вне зависимости от их содержания, в связи с тем, что средства массовой коммуникации влияют на человека и культуру.

Также рассмотрение темы новых медиа в данной работе опирается на теорию софт-культуры, разработанную Львом Мановичем и представленную в его книге «Теории софт-культуры»²⁷, в которой автор всесторонне анализирует новые медиа и ставит вопрос о том, как они меняют поведенческие стратегии и способы восприятия современного человека. Кроме этого, к теоретической базе исследования также относится и системная теория новых медиа, разработанная Львом Мановичем в его работе «Язык новых медиа»²⁸.

Помимо этого, на создание данной диссертационной работы повлияли такие современные теории новых медиа, как теория культивирования, созданная Джорджем Гербнером²⁹ (предполагает, что увеличение воздействия средств массовой информации и повторяющихся шаблонами сообщений в них, способствует изменению в восприятии окружающего мира людьми, что играет ключевую роль в формировании культурной ткани, укрепляя общие представления) и теория фрейминга, созданная Ирвингом Гоффманом³⁰ (средства массовой информации фокусируют внимание на определенных событиях, а затем помещают их в смысловое поле).

Среди современных отечественных ученых, работы которых способствовали формированию нашего взгляда на проблему новых медиа в современной культуре, нужно назвать М.А. Игнатова и его монографию

26 Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; перевод с английского В. Г. Николаева. – М. : Гиперборей ; Кучково поле, 2007. – 464 с.

27 Манович, Л. Теории софт-культуры /Л. Манович – М.: Красная ласточка, 2018. – 208 с.

28 Манович, Л. Язык новых медиа / Л. Манович. – М. : Ад Маргинем пресс, 2018. – 400 с.

29 Gerbner, G. The Information Gap: How Computers and Other New Communication Technologies Affect the Social Distribution of Power / G. Gerbner, M. Siefert, J. Fisher // Journal of communication. – 1989. – Т. 33 – 232 с.

30 Goffman, E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. – London : Harper and Row, 1974. – 586 с.

«Сетевая парадигма в культуре и науке»³¹ и работу «Информационная эпоха: метаморфозы классических ценностей»³² Л.В. Баевой.

Культурологический анализ темы исследования предполагает использование соответствующих ему методов. Теоретические методы исследования включили в себя описательный и сравнительно-исторический методы, метод контент-анализа цифровых материалов (селективный мониторинг новых электронных медиа, анализ блогов, новостных и развлекательных порталов, социальных сетей и др.).

Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем:

1. Исследованы принципиальные отличия традиционных и новых медиа, проанализированы особенности коммуникации и контента в этих двух группах медиа, описаны новые формы контента, которые являются продуктом исключительно новых медиа, продемонстрировано изменение роли информации в контексте новых медиа в культуре массовых коммуникаций, рассмотрен феномен постправды.

2. Уточнены базовые характеристики, присущие новым медиа, среди которых основными названы диджитализированность, гипертекстуальность и общедоступность.

3. Доказано, что новые медиа являются полноценным социокультурным феноменом, оказывающим большое влияние на современную культуру массовых коммуникаций через процесс медиатизации.

4. Выявлена роль новых медиа в трансформации культурных практик и определены культурные вызовы, связанные с распространением новых медиа.

Положения, выносимые на защиту:

1. Принципиальные отличия новых медиа от традиционных медиа базируются на изменениях функционирования информационных технологий, которые неизбежно влекут за собой и изменения в способах коммуникации и типах контента. Появляются новые формы контента и новые типы коммуникативных активностей. Эти изменения реализуются в децентрализации производства и распространения контента, интерактивности коммуникативных процессов, нелинейности организации информации и виртуализации медиaprостранства. При этом возникают системные риски, такие как алгоритмические «пузыри», кризис аутентичности и появление симуляционных идентичностей. Особое место занимает феномен постправды, где эмоциональное воздействие преобладает над фактологической достоверностью.

31 Игнатов, М. А. Сетевая парадигма в культуре и науке : монография / М. А. Игнатов ; Белгород БелГУ, НИУ "БелГУ". – Белгород : Белгород БелГУ, НИУ "БелГУ", 2018. – 157 с.

32 Баева, Л. В. Информационная эпоха: метаморфозы классических ценностей : монография / Л. В. Баева ; Астраханский университет. – Астрахань : Астраханский университет, 2008. – 233 с.

2. Базовыми характеристиками новых медиа выступают диджитализированность, гипертекстуальность и общедоступность. Диджитализированность как свойство цифрового существования информации позволяет ее бесконечное копирование, модификацию и алгоритмическую обработку, что обостряет проблемы цифровой усталости и информационной перегрузки. Гипертекстуальность проявляется в нелинейной организации контента и, с одной стороны, обогащает способы взаимодействия с информацией, а с другой – способствует фрагментации мышления. Общедоступность расширяет участие в культурных практиках, но создает конфликт между экспертной и профанной информацией.

3. Новые медиа являются полноценным социокультурным феноменом, оказывающим большое влияние на современную культуру массовых коммуникаций через процесс медиатизации. Медиатизация состоит из четырех основных составных частей: медиасредства, медиапотребление, медиаобразование, медиаимидж. Медиасредства можно определить как техническую инфраструктуру; медиапотребление – как переход от линейного восприятия к клиповому мышлению; медиаобразование – как необходимость развития критической цифровой грамотности; медиаимидж – как практику конструирования гибридных идентичностей.

4. Новые медиа играют одну из определяющих ролей в трансформации современных культурных практик и порождают системные изменения в культуре. С одной стороны, наблюдается глобализация доступа к культурным благам через цифровые технологии, с другой стороны возникают серьезные культурные вызовы, такие как разрушение института авторитетов, кризис экспертного знания, распространение клипового сознания, возникновение информационных «войн», замена эмпатии симуляций эмоций.

Теоретическая и практическая значимость исследования

Результаты диссертационного исследования способствуют более четкому пониманию современных социокультурных процессов, связанных со сферой новых медиа, медиатизацией и цифровизацией, что, в свою очередь, позволяет отследить влияние новых медиа на культуру массовых коммуникаций. Решение задач диссертационного исследования и его выводы определяют будущие траектории исследования современного социокультурного состояния, намечают структуру рассмотрения процессов медиатизации в культуре массовых коммуникаций, направляют внимание на их теоретическое осмысление.

Результаты данного диссертационного исследования могут быть использованы в обучающем процессе для студентов средних специальных и высших учебных заведений, в процессе лекционных и семинарских занятий по дисциплинам культурологического спектра, а также по дисциплинам, связанным

с теорией коммуникации и цифровыми процессами. Кроме того, результаты исследования могут быть полезны для создания стратегий кибербезопасности и цифровой культуры в нашей стране.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности

Тема и содержание диссертации соответствуют научной специальности 5.10.1. Теория и история культуры, искусства (философские науки), а именно пунктам 18. Культурно-историческая память и культурное наследие; 37. Личность и культура. Индивидуальные ценности. Творческая индивидуальность; 38. Культура и коммуникация. Межкультурные коммуникации; 75. Медиакультура. Цифровая культура.

Достоверность полученных результатов обеспечивается опорой на апробированные концептуальные положения философско-культурологического знания, использованием понятийного и методологического аппарата, отвечающего объекту исследования и его задачам, привлечением широкого круга источников, а также соблюдением принципов системности, научной объективности и историзма.

Апробация результатов исследования

По теме исследования опубликовано 6 работ, в том числе 3 статьи в научных изданиях из перечня ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ и 1 статья в научном издании реферативной базы Scopus.

Основные положения диссертационного исследования обсуждались на: VIII Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы науки 2025» (Пенза, 15 апреля 2024 г.), XXXVII Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современной науки и образования» (Пенза, 15 марта 2025 г.), XXXVII Петровских чтениях. «Философские проблемы «науки о культуре»» (к 50-летию создания «Язык, знак, культура» М. К. Петрова) (Ростов-на-Дону, 8-9 апреля 2025 г.).

Структура диссертации

Диссертационное исследование включает в себя введение, три главы, каждая из которых состоит из трех параграфов, заключения и списка литературы, включающего в себя 131 источник, из них 45 на иностранных языках. Общий объем диссертационного исследования составляет 153 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность темы диссертационного исследования, раскрыты степень научной разработанности проблемы, определены объект, предмет, цель и задачи исследования, обозначены его теоретико-методологические основания, прописана научная новизна,

теоретическая и практическая значимость, сформулированы положения, выносимые на защиту, приведены сведения об апробации основных результатов исследования, описана структура диссертации.

В первой главе **«Дифференциация новых и традиционных медиа»** анализируется влияние цифровых технологий на медиа и культуру, включая новые форматы контента, трансформацию коммуникации, риски (фейки, дипфейки, скроллинг) и процесс медиатизации как ключевой аспект современного общества.

Первый параграф **«Информационные технологии: коммуникация и контент»** посвящен анализу влияния цифровых технологий на современные медиа и культуру. Новые медиа породили принципиально иные форматы контента – блоги, социальные сети, подкасты, метавселенные. Ключевое отличие новых медиа от традиционных заключается в децентрализованности, скорости распространения информации, интерактивности и персонализации контента. Если традиционные медиа (пресса, ТВ, радио) опираются на централизованные системы и аналоговые носители, то цифровые платформы позволяют пользователям участвовать в создании контента, обеспечивают мгновенный доступ к информации и формируют «информационные пузыри», ограничивающие кругозор.

Информационные технологии также трансформировали культурные практики: появились цифровое искусство, новые социальные роли (инфлюэнсеры, трендсеттеры), виртуальные музеи и архивы. Однако диджитализация несет и негативные последствия: клиповое мышление, цифровое неравенство, риски утраты культурной идентичности. Таким образом, цифровые технологии радикально изменили не только медиаландшафт, но и саму культуру, создав новые формы коммуникации, самовыражения и сохранения наследия, но одновременно породили вызовы, требующие междисциплинарного изучения.

Во втором параграфе **«Новые форматы контента и активности в новых медиа»** исследуются ключевые феномены цифровой культуры, связанные с развитием новых медиа: фейки, дипфейки, скроллинг, думскроллинг и сторителлинг. Фейки представляют собой ложную информацию, искусно имитирующую достоверный контент. Фейки используются для манипуляции общественным мнением, получения финансовой выгоды и идеологического воздействия, что особенно опасно в условиях политической нестабильности. Дипфейки как продукт технологий искусственного интеллекта создают новые вызовы для медиапространства. Генеративно-состязательные сети позволяют производить гиперреалистичные подделки видео- и аудиоконтента, которые практически невозможно отличить от подлинных.

Скроллинг как модель взаимодействия с цифровым контентом трансформирует когнитивные процессы пользователей. Бесконечная прокрутка лент в соцсетях, стимулируемая дофаминовыми механизмами, приводит к формированию зависимого поведения, клипового мышления и снижению способности к глубокому анализу информации. Дизайн цифровых платформ, ориентированный на максимальное удержание внимания, усугубляет эти негативные эффекты. Думскроллинг как разновидность скроллинга представляет собой компульсивное потребление негативного контента. Это явление, получившее особое распространение во время пандемии COVID-19, основано на психологических механизмах: стремлении снизить неопределенность, склонности фиксироваться на негативе и алгоритмическом подкреплении тревожного контента.

Сторителлинг использует нарративные структуры с конфликтом и эмоциональной вовлеченностью, таким образом эффективно манипулируя восприятием пользователей. В отличие от традиционных форм повествования, цифровой сторителлинг характеризуется интерактивностью, нелинейностью и адаптивностью, что расширяет его применение в маркетинге, политике и образовании. Однако эта технология может использоваться как для просветительских, так и для манипулятивных целей.

Исследуемые феномены объединяет роль инструментов влияния, требующих разработки эффективных механизмов регулирования. Ключевой вызов современности – поиск баланса между технологическими возможностями новых медиа и защитой общества от цифровых угроз.

Третий параграф **«Медиатизация как особенность современной культуры»** своей задачей ставит показать медиатизацию как ключевой процесс трансформации современной культуры под влиянием цифровых технологий и новых медиа. Она охватывает все сферы общества – от идеологии и бизнеса до образования и религии, становясь неотъемлемой частью глобализации и цифровизации.

В структуре медиатизации выделяются четыре основных компонента: медиасредства, медиапотребление, медиаобразование и медиаимидж. Медиасредства – это технологии и платформы, опосредующие передачу информации и формирующие культурные ценности. Медиапотребление знаменует собой переход от пассивного восприятия контента к интерактивному взаимодействию, где пользователь выступает одновременно потребителем, создателем и распространителем информации. Медиаобразование требует развития критического мышления и цифровой грамотности, необходимых для анализа медиатекстов и противодействия манипуляциям. Оно базируется на принципе Маршалла Маклюэна о влиянии средств коммуникации на сознание.

Медиаимидж представляет собой стратегический образ, формируемый в цифровой среде для личности, бренда или организации. Его ключевые аспекты включают визуальную эстетику, контент-стратегии и взаимодействие с аудиторией. Особую роль играет феномен блогерства, где медиаимидж становится инструментом влияния на культурные тренды и потребительское поведение. В условиях медиатизации актуальной задачей становится поиск баланса между интеграцией в медиaprостранство и сохранением автономии человеческого сознания.

Во второй главе **«Базовые характеристики новых медиа»** анализируются ключевые характеристики новых медиа: диджитализированность, гипертекстуальность и общедоступность.

Первый параграф **«Диджитализированность»** рассматривает диджитализированность как ключевую характеристику новых медиа, определяющую их отличие от традиционных аналоговых форм коммуникации. Этот термин акцентирует не процесс перехода в цифровой формат, а уже сложившееся качество современных медиа, основанное на цифровых технологиях.

Основные проявления диджитализированности заключаются во всепроникающем характере цифровых медиа, новых формах контента (стриминговые сервисы, подкасты, социальные сети, цифровая реклама и электронные тексты в широком их понимании). Диджитализированность несет как возможности (глобальная доступность информации, новые формы творчества и профессий – блогерство, цифровые гуманитарные науки), так и вызовы, которые заключаются в цифровой усталости и информационной перегрузке.

Актуальными становятся и вопросы приватности и безопасности данных. В связи с этим диджитализированность требует переосмысления традиционных культурологических подходов, так как новые медиа формируют не просто инструменты коммуникации, а новую среду существования культуры.

Второй параграф **«Гипертекстуальность»** рассматривает данное понятие как одну из характеристик новых медиа, обеспечивающих нелинейное взаимодействие с информацией. В отличие от традиционных линейных текстов, гипертекст позволяет пользователю свободно перемещаться между связанными элементами, создавая индивидуальные пути восприятия. Это способствует более глубокому погружению в контент, превращая его из пассивного потребления в активное конструирование смыслов.

Гипертекст реализуется через активные ссылки, позволяющие переходить к связанным материалам, что индивидуализирует восприятие информации. Гипертекстуальность породила новые культурные феномены, такие, как

гипертекстовая литература, где сюжет развивается нелинейно, отражая множественность нарративов. Однако её распространение вызвало критику: фрагментарность восприятия угрожает линейному мышлению, а анонимность и децентрализация (как в Википедии) ставят под сомнение достоверность информации.

В третьем параграфе **«Общедоступность»** исследуется роль социальных сетей в цифровой культуре, их влияние на коммуникативные практики и трансформацию социальных отношений. Социальные сети рассматриваются в контексте базовых характеристик новых медиа, прежде всего общедоступности, которая позволяет любому пользователю создавать, распространять и потреблять контент.

Прослеживается эволюция социальных сетей от ранних платформ (Friendster) до современных многофункциональных сервисов, обусловленная развитием технологий и изменением пользовательских запросов. Анализируются их отличия от традиционных СМИ, включая диалогическую модель коммуникации, преобладание пользовательского контента и глобальный охват аудитории. Выделяются семь ключевых функций социальных сетей в культуре массовых коммуникаций: получение новостей, реализация социальных потребностей, самопрезентация, мотивация, сохранение коллективной памяти, канал для агрессии, иерархическое сравнение.

Подчеркивается двойственность влияния социальных сетей: с одной стороны, они расширяют возможности коммуникации и самореализации, с другой – способствуют упрощению культуры, росту психологических рисков (тревожность, зависимость) и размыванию границ между реальной и виртуальной идентичностью.

В третьей главе **«Новые медиа как социокультурный феномен»** анализируется трансформация культурных практик под влиянием цифровизации, феномен постправды и распространение фейковых новостей, а также культурные вызовы новых медиа, включая гибридные идентичности, глобализацию, информационную перегрузку и клиповое мышление, подчеркивая необходимость баланса между технологиями и гуманистическими ценностями.

Первый параграф **«Трансформация культурных практик в эпоху новых медиа»** анализирует их трансформацию в условиях цифровизации. Культурные практики рассматриваются как устойчивые формы деятельности, обеспечивающие социализацию и трансляцию ценностей, которые под влиянием новых медиа претерпевают существенные изменения.

Исследуются основные направления трансформации: модификация традиционных практик (цифровые поздравления, онлайн-лекции, трансляции

богослужений) и возникновение новых форм культурной активности. К последним относятся фан-сообщества с уникальной символикой, пользовательский контент (блоги, подкасты), виральные явления (мемы), гибридные мероприятия, цифровое искусство и онлайн-активизм.

Выделяются ключевые тенденции: развитие дистанционного сотворчества (международные музыкальные проекты, виртуальные театры), персонализация культурного потребления (алгоритмические рекомендации) и внедрение технологий виртуальной и дополненной реальности.

Отмечается двойственный характер этих изменений: с одной стороны, они расширяют доступ к культурным благам, с другой – трансформируют саму природу культурных практик, ставя под вопрос сохранение их аутентичности и человеческого измерения. Подчеркивается необходимость поиска баланса между технологическими инновациями и сохранением гуманистической составляющей культуры.

Второй параграф **«Постправда: фейковые новости»** посвящён анализу феномена постправды. Ключевыми факторами распространения постправды выступают алгоритмизация контента, формирующая «информационные капсулы» и усиливающая поляризацию мнений, экономизация внимания, превратившая информацию в инструмент монетизации, а также кризис доверия к традиционным институтам. Особое внимание уделяется фейковым новостям как инструменту постправды. Анализируются их формы, включая сознательную и бессознательную дезинформацию, а также методы противодействия, сталкивающиеся с проблемой адаптации к новым тактикам фейкопроизводства. Подчёркивается связь постправды со скрытой цензурой в новых медиа, включая модерацию контента и алгоритмические «эхо-камеры».

В третьем параграфе исследуются **«Культурные вызовы распространения новых медиа»**. Одним из ключевых вызовов является формирование новых, гибридных идентичностей. Цифровые платформы позволяют пользователям создавать синтетические образы, сочетающие зачастую противоречивые элементы (например, религиозные и эзотерические). Социальные сети способствуют стихийному погружению в тематические сообщества, где идентичность конструируется через лайки, репосты и подписки.

Другим значимым вызовом выступает усиление глобализации и гомогенизации культуры. Новые медиа разрушают географические барьеры, но одновременно нивелируют локальные традиции, усиливая доминирование глобальных трендов. Серьёзную проблему представляет информационная перегрузка, ведущая к клиповому сознанию. Избыток контента снижает способность к критическому мышлению, способствуя поверхностному восприятию информации. Алгоритмы социальных сетей поощряют потребление

эмоционально заряженных, но упрощённых сообщений, что ведёт к поляризации общества. Особую роль играет эфемерность контента – кратковременные форматы существования девальвируют долговременное осмысление информации, усиливая дезориентацию и распространение недостоверных данных.

В заключении диссертации подводятся итоги изучения проблемы, формируются выводы и определяются перспективы дальнейшего исследования новых медиа как социокультурного феномена.

**Основные положения диссертации отражены
в следующих публикациях автора, в том числе:**

статьи в научных изданиях, входящих в Перечень ВАК:

1. Шведов, И. Ю. Постправда: фейковые новости как феномен современной культуры / И. Ю. Шведов // *Nomothetika: Философия. Социология. Право.* – 2025. – Т. 50, № 1. – С. 196-202. – DOI 10.52575/2712-746X-2025-50-1-196-202. K2.

2. Шведов, И. Ю. Трансформация культурных практик в эпоху новых медиа / И. Ю. Шведов // *Общество: философия, история, культура.* – 2025. – № 3(131). – С. 114-119. – DOI 10.24158/fik.2025.3.15. K2

3. Шведов, И. Ю. К вопросу новых медиа в культуре массовых коммуникаций / И. Ю. Шведов // *Мир науки. Социология, филология, культурология.* – 2023. – Т. 14, № 4. – DOI 10.15862/82KLSK423. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/82KLSK423.pdf> (дата обращения 24.03.2025). K1.

публикации в сборниках трудов конференций:

4. Шведов, И. Ю. Диджитализация как характеристика новых медиа / И. Ю. Шведов // *Актуальные вопросы науки 2025 : сборник статей VIII Международной научно-практической конференции, состоявшейся 15 марта 2025 г. в г. Пенза.* – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2025. – С. 151-154.

5. Шведов, И. Ю. Новые медиа в культуре массовых коммуникаций / И. Ю. Шведов // *Актуальные вопросы современной науки и образования : сборник статей XXXVII Международной научно-практической конференции, состоявшейся 15 апреля 2024 г. в г. Пенза.* – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2024. – С. 176-178.

6. The temporal specifics of the transitions to youth maturity / L. Detochenko, E. Kostyrin, E. Agarova [et al.] // *BIO Web of Conferences : XVII International Scientific and Practical Conference “State and Development Prospects of Agribusiness” (INTERAGROMASH 2024).* – 2024. – Vol. 113. – Art. No 06018 (1-10 p.). – DOI 10.1051/bioconf/202411306018.