

Тезисы лекции «Особенности контента новых медиа»

Муронец О.В., к.ф.н., научный сотрудник ф-та журналистики МГУ

19 июня 2015 г.

Новые медиа - термин, который в конце XX века стали применять для интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями для обозначения отличий от традиционных медиа. Сегодня новые медиа распространены повсеместно и используются в качестве канала коммуникации различными субъектами. Классическая модель коммуникации Шеннона-Уивера актуальна и при анализе новых медиа, особенно когда речь идет о научном контенте.

СМИ (СМК) остаются востребованным источником информации, однако различные целевые аудитории (взрослые и подростки) используют разнообразные виды СМИ. Так, телевидение остается самым популярным для взрослого населения – 90% населения России черпают новости оттуда (по данным Левада-центра, март 2105 г.). Для подростков Интернет является наиболее востребованным каналом: 89% подростков пользуются интернетом каждый день и проводят там до трех часов (48%)¹. Подростки заходят в Интернет через личный компьютер или мобильный телефон, таким образом, родители почти не имеют возможности контролировать, какие сайты и социальные сети посещают их дети, и не могут быть уверены в информационной безопасности. Рейтинги интернет-СМИ о науке и количество подписчиков научно-популярных ресурсов в социальных сетях растут, однако пока говорить о широком охвате целевой аудитории преждевременно.

Контент социальных сетей сегодня состоит в основном из визуальных материалов. Это подтверждает исследование страниц обычных пользователей, политиков и общественных организаций (ВУЗов) в России и за рубежом. Визуальный контент преобладает и в научно-популярных ресурсах, что делает

¹ По данным Фонда развития Интернета факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова

научные материалы более доступными для обывателей. Таким образом осуществляется вовлечение подростков-школьников к научным темам; растет интерес к интерактивным научным проектам музеев. Приобщение к науке через новые медиа, популяризация науки среди подростков необходимы для успешного образования и самообразования школьников и, в перспективе, профессионального становления ребят в быстро меняющемся современном мире.

Список источников

1. Massachusetts Institute of Technology (MIT) // URL: <https://www.facebook.com/MITnews?fref=ts>
2. University of Cambridge // URL: <https://www.facebook.com/cambridge.university?fref=ts>
3. Волков Д., Гончаров С. Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, интернет. - Левада-центр, 2014. // URL: <http://www.levada.ru/books/stal-dostupen-otchet-rossiiskii-media-landshaft-televidenie-pressa-internet>.
4. Популяризация науки в России: стратегии медиатизации и противодействия лженауке: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. Е. Л. Вартановой. - М., 2015.
5. Фонд Развития Интернет Факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова // URL: <http://www.ifap.ru/library/book536.pdf>.