

Балкарова Милана Валерьевна
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы»

**Коммуникативные практики цифрового общества:
роль современных медиа**

Аннотация. В статье рассматриваются коммуникативные практики цифрового общества в контексте трансформации современных медиа под влиянием процессов цифровизации и глобального распространения информационно-коммуникационных технологий. Анализируется изменение механизмов производства, распространения и потребления информации в условиях сетевой медиасреды, а также трансформация традиционных моделей массовой коммуникации. Особое внимание уделяется роли социальных медиа в формировании новых форм общественного взаимодействия, алгоритмизации коммуникационных процессов и изменению профессиональных функций журналистики в цифровую эпоху. Исследуются особенности взаимодействия профессиональных и пользовательских форм медиапроизводства, а также влияние медиаплатформ на медиаповедение аудитории. Делается вывод о том, что современные медиа не только отражают социальные процессы, но и активно участвуют в конструировании цифровой реальности, способствуя формированию новых моделей общественного взаимодействия, информационного обмена и публичной коммуникации в условиях цифрового общества.

Ключевые слова: цифровое общество, массовые коммуникации, современные медиа, журналистика, коммуникативные практики, социальные

Balkarova Milana Valerevna
Peoples` Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

**Communication practices of the digital society:
the role of modern media**

Abstract. The article examines communicative practices of digital society in the context of the transformation of contemporary media influenced by the processes of digitalization and the global spread of information and communication technologies. The study analyzes changes in the mechanisms of information production, distribution, and consumption within the networked media environment, as well as the transformation of traditional models of mass communication. Special attention is paid to the role of social media in shaping new forms of social interaction, the algorithmization of communication processes, and the evolution of professional journalistic practices in the digital era. The research also explores the interaction between professional and user-generated media content and the impact of media platforms on audience media behavior. The article concludes that contemporary media not only reflect social processes but also actively participate in constructing digital reality by shaping new models of public communication, information exchange, and social interaction in the digital society.

Keywords: digital society; mass communication; contemporary media; journalism; communicative practices; social media.

Формирование цифрового общества представляет собой один из наиболее значимых процессов социальной трансформации начала XXI века. Расширение цифровых технологий, распространение интернета и мобильных устройств привели к глубоким изменениям в сфере

массовых коммуникаций [5, 6]. Современные медиа в условиях цифровизации выходят за рамки традиционной функции передачи информации, приобретая характеристики активных участников социального и коммуникативного взаимодействия.

Актуальность исследования коммуникативных практик цифрового общества обусловлена необходимостью осмысления новых форм общественного общения, возникающих на стыке технологий, культуры и медиасреды [3]. В условиях цифровизации традиционные модели коммуникации утрачивают свою универсальность, уступая место гибридным форматам, сочетающим профессиональные и пользовательские формы медиапроизводства [2, 4].

Целью данной статьи является анализ роли современных медиа в формировании коммуникативных практик цифрового общества. Задачи исследования включают выявление ключевых характеристик цифровых коммуникаций, рассмотрение трансформации журналистики и анализ влияния медиаплатформ на общественное взаимодействие.

Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе коммуникативных практик цифрового общества с акцентом на роль современных медиа как активных субъектов социального взаимодействия. В отличие от ряда существующих исследований, в статье современные медиа рассматриваются не только как технологические каналы передачи информации, но и как институциональные акторы, участвующие в формировании медиаповедения аудитории, трансформации профессиональных журналистских практик и конструировании цифровой социальной реальности.

Понятие цифрового общества отражает качественно новый этап социальной организации, в котором информационные и коммуникационные технологии становятся базовой инфраструктурой общественной жизни [5]. Коммуникация в цифровом обществе отличается высокой скоростью, интерактивностью и сетевым характером [6]. Социальные связи формируются и поддерживаются не только в офлайн-пространстве, но и в виртуальной среде, где стираются пространственные и временные границы.

Цифровые коммуникации способствуют фрагментации аудитории и одновременному расширению коммуникативных возможностей индивида [6]. Пользователь получает доступ к множеству источников информации и становится активным участником коммуникационного процесса [3]. Это приводит к размыванию традиционного разделения ролей между отправителем и получателем сообщения, что является одной из ключевых особенностей цифровой медиасреды [7].

Развитие цифровых технологий существенно изменило профессиональные практики журналистики [2]. Традиционные средства массовой информации вынуждены адаптироваться к условиям медиаконкуренции с цифровыми платформами, блогерами и пользовательским контентом [4]. Современная журналистика функционирует в условиях постоянного информационного потока, где скорость публикации нередко становится важнее глубины анализа [6].

Одной из значимых тенденций является алгоритмизация медиаконтента. Алгоритмы рекомендательных систем влияют на формирование новостной повестки и медиапредпочтений аудитории, что ставит под вопрос принципы редакционной независимости и общественной ответственности СМИ [2, 3]. В то же время цифровые медиа расширяют возможности журналистики за счет мультимедийных форматов, интерактивности и прямого взаимодействия с аудиторией [4].

Социальные сети играют ключевую роль в формировании коммуникативных практик цифрового общества [4]. Они становятся не только каналами распространения информации, но и пространством общественных дискуссий, самоидентификации и мобилизации [3]. Коммуникация в социальных медиа характеризуется высокой эмоциональностью, визуализацией и сокращением текстовых форматов [6].

В условиях социальных медиа усиливается влияние непрофессиональных акторов, что приводит к изменению структуры публичной коммуникации [7]. Пользовательский контент конкурирует с профессиональными медиа, формируя альтернативные интерпретации событий

[4]. Это создает новые возможности для демократизации коммуникации, но одновременно повышает риски распространения недостоверной информации.

Современные медиа занимают центральное место в системе коммуникативных практик цифрового общества, оказывая непосредственное влияние на формы общественного взаимодействия и медиаповедения. Они не только отражают социальные изменения, но и активно участвуют в их формировании, влияя на способы общественного взаимодействия и восприятия реальности [5, 6]. Цифровизация коммуникаций приводит к трансформации журналистики, изменению роли аудитории и усложнению медиапространства [2].

В условиях цифрового общества возрастает значимость медиаграмотности, профессиональной ответственности журналистов и критического восприятия информации [3]. Дальнейшие исследования коммуникативных практик цифрового общества представляются перспективными в контексте анализа влияния новых технологий на социальные процессы и культуру массовых коммуникаций.

Список источников

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: Республика, 2006.
2. Варганова Е. Л. Цифровые медиа и трансформация журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2020. № 1. С. 3–18.
3. Дзялошинский И. М. Коммуникативные практики в медиасреде цифрового общества // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 4. С. 602–615.
4. Качкаева А. Г. Социальные медиа как пространство публичной коммуникации // Медиаскоп. 2021. № 2.
5. Кастельс М. Власть коммуникации. М.: Изд. дом ВШЭ, 2016.
6. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аспект Пресс, 2019.
7. Шарков Ф. И. Коммуникология. М.: Дашков и К, 2018.

Сведения об авторе

Балкарлова Милана Валерьевна, магистр, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия.

Савенкова Анастасия Сергеевна, к.с.н., ассистент кафедры социологии Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия.

Information about the author

Balkarova Milana Valerevna, master's degree, Peoples` Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia.

Savenkova Anastasia Sergeevna, Ph.D., Assistant Department of Sociology Peoples` Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia.