BAKI UNİVERSİTETİNİN XƏBƏRLƏRİ
№4 Humanitar elmlər seriyası 2015

JURNALİSTİKA

UOT code: 5720.01

ƏNƏNƏVİ KİV və YENİ MEDİANIN BƏZİ ASPEKTLƏRİ

L.R.MƏMMƏDOVA
Bakı Dövlət Universiteti
leylarashid@mail.ru

Məqalədə yeni media anlayışı texniki, sosial, siyasi, fəlsəfi aspektlərdən izah edilir. Yeni medianın spesifik xüsusiyyətləri araşdırılır, rəqəmsallaşma, multimedia, konvergensiya, interaktivlik, mərkəzsizlik onun təməl perspektivi və ənənəvi KİV-dən fərqlənən xüsusiyyətləri olaraq şərh edilir.

Ənənəvi KİV-lə müqayisə kontekstində yeni media kanal sayı, məzmun, əhatə dairəsi, media kontentinin idarəsi, informasiyanın əldə olunması, ötürülməsi və paylanması, zaman, struktur, ictimai nəzarət kimi sahələrdə ənənəvi mediadan kəskin şəkildə fərqlənir.

Açar sözlər: yeni media, qloballaşma, rəqəmsallaşma, multimedia, konvergensiya, interaktivlik, hipermətn

XX əsrin sonu – XXI əsrin əvvəllərində informasiya texnologiyalarının təkamülü keyfiyyətcə yeni kommunikasiya muhitini, qlobal İnternet şəbəkəsini meydana gətirir. İnformasiya texnologiyalarında yaşanan bu inkişafla İnternet unikal informasiya və kommunikasya resursu olaraq qarşılıqlı ünsiyyətin yeni formalarını yaratdı, KİV-in əvvəlki formalarını özündə birləşdirən yeni media sistemini meydana gətirdi.

Lev Manovic, haqlı olaraq, köhnə media məntiqinin sənaye cəmiyyəti məntiqinə, yeni media məntiqinin isə post-sənaye cəmiyyəti məntiqinə uyğun olduğunu irəli sürür (1). Qlobal informasiya cəmiyyətinin ən mühüm atributu və əsas təkanverici qüvvəsi olan yeni media, həm də kütləvi informasiya- kommunikasiya vasitələrilə hər cür istehsal, paylaşma və ünsiyyət formasını müəyyənləşdirən, bütün mediaları ehtiva edən fenomen, ictimai platformadır. Tədqiqatçı Villiams yeni medianı yeni xidmətlər təqdim edən və ya var olanları inkişaf etdirən mikro elektronika, kompüter və telekommunikasiya tətbiqləri olduğunu qeyd edir (2).

İnformasiya cəmiyyətinin əsas konsepsiyası olan yeni medianın imkanları sayəsində artıq fərdlər daimi özünü ifadə etmək hüququ qazanırlar, lakin

yaşanan bu vəziyyət fərdlərin, cəmiyyətin tam azadlığı anlamına gəlmir. Yeni media texnologiyaları, sosial şəbəkələr fərqli və hətta zaman-zaman sistemdən təcrid olan qrupların öz səslərinin eşidilməsinə, fikirlərinin ifadəsinə şərait yaradır, fərdlər arasındakı məkan və zaman məhdudiyyətini aradan qaldıraraq yeni media formalarını ictimai platformaya çevirir (3).

Neqroponte yeni medianı ənənəvi mediadan fərqləndirən ən əhəmiyyətli faktın fiziki atomların yerinə ədədi bitlərin ötürülməsi olduğunu vurğulayarkən, Pavlik bu fərqi istifadəçi üçün daha çox nəzarət və seçimin olması ilə izah edir (4).

Yeni media öz xarakterinə, daşıdığı funksiyalara görə, həmçının bütün ənənəvi media vasitələtinin imkanlarını özündə birləşdirən unikal media vasitəsi kimi elastiklik, açıqlıq və əlyetərlilik, operativlik, interaktivlik, fərdi yanaşma, hipermətn özəlliyi, həcm məhdudiyyətinin olmaması, ucuzluq, multimedia özəlliyi, arxivləşdirmə imkanı, mərkəzləşdirmə kimi spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. (5;6)

Ənənəvi KİV-in ideologiyasında əyanilik, mövcud olmaq, təsvir, səs və görüntü ilə şərtlənirdisə, yeni medianın nəzəriyyəsində mövcudluq, varlıq anlayışı interaktivliyə əsaslanaraq, vizuallığa ekvivalent olur. İnteraktivlik xüsusiyyəti auditoriyanın mediada iştirakını və aktivliyini təmin edir, hadisələrə reaksiya vermək, münasibət bildirmək, şərh yazmaq, istinad göstərmək imkanı yaradır. Televiziya izləyicini dünyada baş verən hadisələrdən xəbərdar edərkən, hadisələrin ard-arda düzüm məntiqi ilə proqramlaşdırılması, məlumatın subyekt-obyekt formatında təqdim edilməsi fərdi passifləşdirir. Yeni media isə, qeyd etdiyimiz kimi, interaktivlik xüsusiyyəti sayəsində, sosial forumlarda, distant təhsildə, online oyunlarda iştirak edən və az qala tamamilə texnologiyaya bağlı olan istifadəçinin yerindən durmadan belə, hər yerdə və hər zaman hərəkətdə olduğunu düşünməsinə səbəb olur. Ənənəvi media auditoriyaya əsasən müsahidə etmək imkanı təqdim etdiyi halda, yeni medianın auditoriyası həm müşahidəçi, həm də iştirakçı funksiyasına sahib olur.

Rəqəmsallaşmanın yeni mediaya təqdim etdiyi ən böyük üstünlük isə rəqəmsal informasiyanın elektron şəklində ifadə edilməsi, asanlıqla bir mühitdən digər mühitə köçürülməsidir (7, 137). Rəqəmsal format medianın təsir dairəsini məhdudlaşdıran bir sıra amilləri aradan qaldırır. Belə ki, dərc üçün tələb olunan vaxt, maliyyə xərcləri, qəzet və s. paylanması, yayımlanması, coğrafi sərhədlər kimi maneələri yeni informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının köməyi ilə dəf etmək mümkündür.

Yeni medianın rəqəmsallaşma prosesi yeni medianın multimedia özəlliyini yaradır. Multimedia səsin, məlumatın, mətnin və görüntünün tək bir alt quruluş üzərindən ötürülməsinə, saxlanmasına və toplanmasına imkan verir. Multimedia mövcud olan ənənəvi informasiya vasitələri ilə rəqəmsal texnologiya arasında bir bütünləşmə yaradır. Mətn, səs və eyni zamanda audiovizual görüntünün birləşməsi və eyni anda interaktiv rejimdə ötürülməsi nəticəsində KİV multimedia xarakteri qazanır.

Yeni medianı ənənəvi mediadan ayıran digər bir tərəfi ənənəvi KİV-i yeni media mühitinə daşıyaraq informasiya, telekommunikasiya və kompüter sistemlərini bütünləşdirən konvergensiya prosesidir. Konvergensiya faktını mümküm edən qanun isə rəqəmsallaşma qanunudur (8, 96). Konvergensiya sözü latın dilində convergo-dən – yaxınlaşma, birləşmə mənasını verir. İngilis dilində convergence "bir nöqtədə yığılma," deməkdir. Gorman və Maklinin bu prosesi telekommunikasiya, məlumat ünsiyyətinin və kütləvi ünsiyyətin bütünləşərək tək bir mühitə çevrilməsi ilə xarakterizə edir (9, 11).

Konvergensiya medianın qlobal şəbəkəyə inteqrasiya prosesi, müxtəlif texnologiyaların yaxınlaşması və onların bir texnoloji platformada birləşməsidir. Bu həm də kütləvi informasiya vasitələri (mətbuat, radio, televizor) ilə kommunikasiya vasitələri (telefon, poct, teleqraf) arasındakı sərhədlərin götürülməsi deməkdir.

KİV-in texniki konvergensiyası informasiyanın istehsal və yayım texnologiyalarının birləşməsidir. Eyni məzmunlu məhsul həm kabel, həm də mobil set vasitəsilə yayımlanır. Texnoloji konvergensiya media sənayesində, informasiya kommunikasiya avadanlıqlarının texniki tərəfdən birləşməsində də özünü göstərir. Məsələn, TV və telefonu bir araya gətirən İPTV sistemi online televiziya verlişlərini izləmək imkanı yaradır. İPTV xidməti eyni anda İnternet, televiziya və telefondan istifadə imkanı verir.

Bəzi tədqiqatçılar ənənəvi KİV-lə müqayisədə, yeni medianı fərqli edən üç təməl xüsusiyyətini – interaktivlik, fərdi yanaşma (kütləsizləşdirmə) və asinxron – ön plana çəkirlər (4, 205-229).

Yeni medianın təməl xüsusiyyətlərindən biri ünsiyyət prosesində qarşılıqlı təsirə əsaslanan intertaktivlikdir. Bu xüsusiyyət ənənəvi mediadan fərqli olaraq auditoriyanı informasiyanın passiv deyil, aktiv istehlakçısına çevirir. Bu proses istifadəçilər və informasiya istehsalçıları arasında online mühitdə interaktiv linklər vasitəsilə reallaşdırılır. Ənənəvi mediada auditoriya passiv, yeni mediada aktiv istehlakçıya çevrilir. Yeni media kontekstində isə interaktivlik "ünsiyyət prosesinə bu məqsəd üçün qatılmış texniki tənzimləmələr köməyiylə istifadəçinin verici olması və ya mənbənin mesaj üzərindəki idarəsini artıra bilməsidir" (10, 18).

Yeni medianın ənənəvi media ilə müqayisəsində qəzet, radio və televiziya kimi kütləvi informasiya vasitələrinin təkistiqamətli (11, 84) olduğu qəbul edilməkdədir. Fikrimizcə, ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrinin tamamilə tək istiqamətli olduğunu qəbul etmək düzgün deyil. Millan və Rafaelinin də qeyd etdiyi kimi, ənənəvi medianın proseslərində də interaktivlik vardır (10, 205; 12, 110-133). KİV-də oxucu məktubları, canlı yayımda telefon zəngləri, debat və disskusiya proqramlarında studiya tamaşaçıları auditoriya ilə qarşılıqlı ünsiyyətin göstəriciləridir. Lakin ənənəvi media mühitində fərdlərin ünsiyyət prosesinə müdaxiləsi məhdud şəkildədir.

Yeni mediada istifadəçi ilə ötürücü arasındakı interaktivlik tək bir kanal vasitəsilə həyata keçirildiyi halda, ənənəvi media mühitində qarşılıqlı ünsiyyət

prosesinin reallaşması üçün digər bir ünsiyyət vasitəsinə ehtiyac duyulur. Məsələn; televiziya və radioda casnlı yayımlarda auditoriya ilə dialoqun qurulması və ya onların ismarıclarının qəbul edilməsi üçün telefondan istifadə olunur. Digər tərəfdən, bu tip verlişlərdə İnternet texnologiyalarının, yeni medianın göstərici olan sosial şəbəkələr üçüncü kanal-vasitə rolunu oynayır.

Yeni medianı ənənəvi mediadan fərqləndirən digər təməl xüsusiyyəti olan fərdi yanaşma yeni medianın fərdə, yəni kütlənin içindəki insanlara davranışlarının dəyişdiyini ifadə edən bir anlayışdır.

Yeni medianın asinxron xüsusiyyəti fərdlərə istədikləri bir zamanda mesaj almaq və göndərmək imkanı verir. Asinxron ünsiyyətə konkret bir nümunə olan elektron poçt, dünyanın hər hansı bir ölkəsindəki fərdi və təşkilati istifadəçilərlə sürətli və təsirli ünsiyyəti təmin edir.

Yeni media obyektivlik baxımından ənənəvi mediadan üstündür. Mətbuat, televiziya və radio hər zaman obyektivlik iddiasını irəli sürsə də, informasiyada fakta istinad verilsə də, əslində bu fakt həmişə ideoloji aspektdən ifadə edilir. Bu səbəbdən ənənəvi kütləvi informasiya vasitələri həqiqəti əks etdirməkdən çox təhrif edirlər. Yeni mediada isə informasiyanın onlayn rejimdə təqdim olunması onu operativ edir. Günlük xəbərlər hətta TV bülletenlərdən öncə İnternet qəzetlərində görünür. Xəbərin operativliyi auditoriyanı İnternet qəzetlərinə sövq edir.

Yeni media ilə ənənəvi media arasındakı digər əhəmiyyətli fərq media məzmununun yaradılması və təqdimatı məzmununda ortaya çıxir. Ənənəvi KİV olaraq qəbul edilən radio, televiziya və qəzetlərdə media məzmununu və məzmunun təqdimat sırasını həmin yayın orqanının rəhbərləri təyin edir (13, 97-139). Qəzetlərdə baş redaktorun əhəmiyyətli saydığı xəbərlər manşetdə yer alır, digər materiallar isə informasiyalılığına görə sıralanır.

Yeni mediada məzmunun böyük bir qismi istifadəçilər tərəfindən yaradılır. Online mühitdə, auditoriya həm məzmun təminatçısı, həm də istifadəçisidir. Yeni medianın mərkəzsizlik xüsusiyyəti fərdlərə öz veb səhifəsini yaradaraq media məzmunu istehsal etmək imkanı verir. "Yeni media milyonlarla fərdi məzmun istehsalçısı edərək homogen media məzmunu təhdidini azaltmaqdadır" (14, 365-379). Ənənəvi mətbuat, radio və televiziya istifadəçilərinə mövcud texnoloji xüsusiyyətlər və təşkilati strukturlar səbəbiylə ancaq məhdud bir məzmun təqdim edə bilər. Bu gün informasiya bolluğu şəraitində qəzetin bir sayında bütün xəbərlər çap olunmur. Digət tərəfdən, proqramlaşdırılmış zaman daxilində auditoriyaya radio yalnız audio material, televiziya audio-vizual məzmun təqdim edir. Lakin İnternetin imkanlarına əsaslanan yeni medianın ən əhəmiyyətli xüsusiyyəti olan konvergensiya sayəsində eyni kanal vasitəsilə səs, görüntü, mətn və digər elementlər şəkilndə müxtəlif media məzmunu istifadəçilərinə heç bir məhdudiyyət olmadan təqdim edilir.

Yeni media ənənəvi KİV-lə müqayisədə istifadəçilərinə məzmunun yaradılmasında və seçilməsində daha geniş imkanlar təqdim edir. Ənənəvi mətbuat, radio və televiziyada kontent müəyyən bir mərkəzdən xətti bir yolla

kütləvi olaraq yayımlanır. Mətbuat istisna olmaqla, ənənəvi radio və televiziyanın auditoriyası özünə təqdim edilən məzmunu təyin olunmuş, proqramlaşdırılmış zaman içərisində qəbul etməlidir. Məsələn; ən kiçik bir detalı qaçırmamaq üçün xəbər proqramının hər bir saniyəsini, reklamları və digərləri daxil olmaqla, qulaq asmaq və ya izləmək lazımlıdır. Yeni medianın isə sinxron və asinxron xüsusiyyəti istifadəçilərə öz seçimləri ilə istədikləri zamanda və məkanda media məzmununu dinləmək və ya izləmək imkanı verir.

Beləliklə, yeni medianın qeyri-xətti xüsusiyyəti onu ənənəvi mediadan fərqləndirən əsas amillərdəndir. Yeni medianın bu unikallığı sayəsində auditoriya, ənənəvi radio və televiziyadan fərqli olaraq, asanlıqla media məzmununun təqdim sürətini, sırasını və miqdarını dəyişə bilir. İstifadəçinin bir xəbəri dəfələrlə oxumaq, audio, audiovizual materialı qısa və ya tam şəkildə izləmək imkanı olur. İstifadəci bir proqramı digər bir programdan əvvəl və ya sonra, xəbərin sonunu başlanğıcından əvvəl izləyə bilir. Yeni media mühitində təqdim edilən informasiyaya şərhlər, mövzu ilə bağlı müəyyən detallar, məlumatlar əlavə etmək mümkündür. Online səhifələrin sıralaması istifadəçilərə maraqlandıqları mövzularla əlaqədar xəbərləri manşetlərin, gündəmlərin təsiri ilə deyil, öz seşimləri ilə izləmək imkanı verir.

Yeni media fərdlərin məlumatı daha etibarlı, asan və təsdiqlənən qaynaqlardan əldə etməsini təmin edir. Bu gün informasiya birbaşa mənbədən izlənilir. Əgər əvvəllər informasiya kütləvi informasiya vasitələrində mənbəyə istinadən təqdim olunurdusa, yeni media dönəmində KİV-n infrastrukturu, informasiya agentlikləri, rəsmi və qeyri-rəsmi təşkilatların veb saytları, hər hansı bir jurnalist təqdimatı olmadan, informasiyanın paylanmasında mənbə və vasitə rolunu oynayır.

Yeni mediada informasiyanın arxivi faydalı resursa çevrilir. İnformasiya saytlarında "xəbər ensklopediyası" yaranır. Onlayn xəbər saytları istifadəçilərə bir mövzu ilə bağlı həmin vaxta qədər çap olan bütün xəbərləri təqdim etmək potensialına malikdir. Elektron qəzetləri, xəbər portallarını fərqli edən əsas xüsusiyyətlərdən biri məlumatların bir-birilə əlaqələndirilməsidir. Linklər vasitəsilə informasiyaya müdaxilə edilir. Əsas mövzuya dair bütün incəliklərinə qədər məlumatlar yerləşdirilir. Statistik, psixoloji, sosioloji və s. aspektlərdən izah olunur.

Yeni media dönəmində məsafə, məkan ölçüsü ortadan götrülür, yeni media texnologiyaları sayəsində dünyanın hər yerinə "səfər etmək" mümkün olur. Yeni medianın məkan sərhədsizliyi anlayışı, coğrafi hüdudlarsız hər nöqtədən qlobal şəbəkəyə qoşulmaq, özünü ifadə etmək imkanı yaradır. Gercək həyatdakı cəmiyyətin təşkilində müəyyən sərhədləri olan coğrafi yer, dövlət, vətəndaşlıq şərt olduğu halda, virtual icmanın üzvləri məkan və zaman asılılığı, dini, irqi, milli və vətəndaşlıq məhdudiyyəti olmadan sosial kommunikasiya mühitində birləşir.

Yeni mediadan hər kəs, hər zaman istifadə edə bilir. Sosial medianın ən böyük faydalarından biri çoxluğa eyni anda istədiyini çatdırmaqdır; artıq

iştirakçı olmaq üçün fiziki olaraq bir yerə getməyə ehtiyac yoxdur. İnternet medianın bu unikal xüsusiyyəti fərdləri bir ticari və mədəni müstəvidə birləşdirərək, təsvir və müşahidə üzərində qurulan yeni ictimai sahəni formalaşdırır.

Ənənəvi media mühitində ictimai nəzarət qanunlar, yayım qaydaları, peşə və əxlaq prinsipləri vasitəsi ilə yerinə yetirilərkən, yeni media mühitində texnoloji cihazlar, kompüter proqramları və izləmə metodundan istifadə edilir (7,140; 14, 365-379). Yeni medianın mərkəzsiz quruluşu onun üzərində ictimai nəzarəti azaldır.

Ənənəvi KİV-lə müqayisədə yeni medianın bir çox üstünlükləri ilə yanaşı, mənfi aspektləri də mövcuddur. Yeni mediadakı anonimlik şəxsiyyətin identifikasiyasını çətinləşdirir. Bu da öz növbəsində xəbər və ya məlumat qaynaqlarına etibarsızlığa səbəb olur. Fərdin sosial mediaya hədsiz aludəçiliyi psixoloji asılılıq yaradır. Yeni media fərdi real həyatdan, cəmiyyətdən təcrid edib onu virtual icmaya bağlayır. Qeyd etmək lazımdır ki, ənənəvi mediaya giriş cəmiyyətin əksər üzvləri üçün daha asankən, yeni mediadan hər kəs bərabər nisbətdə istifadə edə bilmir. Yeni mediadan istifadənin müəyyən ilkin şərtləri kompüter, İnternet əlaqəsinə malik olmaq və bu vasitələrdən istifadə qaydaları kimi sıralana bilər.

Nəticə olaraq deyə bilərik ki, ənənəvi KİV-lə müqayisə kontekstində yeni media kanal sayı, məzmun, əhatə dairəsi, media kontentinin idarəsi, informasiyanın əldə olunması, ötürülməsi və paylanması, zaman, struktur, ictimai nəzarət kimi sahələrdə ənənəvi mediadan kəskin şəkildə fərqlənir. Yeni medianın şəbəkə strukturu, rəqəmsallaşma, konvergensiya, asinxron, zaman və məkan sərhədsizliyi, mərkəzsizlik, interaktivlik, online rejim, informasiyanın əldə olunmasında, ötürülməsində və paylanmasında analoqu olmayan rahatlıq imkanları və digər spesifik xüsusiyyətləri onu ənənəvi mətbuat, radio və televiziyadan ayırır. Bu xüsusiyyətləri yeni medianı kütləvi kommunikasiya sistemində ən təsirli vasitəyə çevirir, eyni zamanda, informasiyanı ictimai məhsula çevirərək hər kəsin istədiyi kimi faydalanmasını təmin edir, informasiya və jurnalistika anlayışlarının yenidən müzakirəsini tələb edir.

Yeni media ənənəvi mediaya nisbətən daha geniş dialoqa söykənən kommunukasiyaya zəmin hazırlamaqla tək istiqamətli olmaması və zaman, məkan ayrı-seçkiliyi olmadan daha az xərclə ünsiyyət qurmağı təmin edən imkanları baxımından bir sıra yeniliklər gətirmişdir.

Yeni media demokratik və azad fikir sahəsi olub, ənənəvi mediadan fərqli, auditoriyanın mediada davamlı və azad şəkildə iştirakını təmin edir, interaktivlik xüsusiyyəti və çoxqatlı quruluşu ilə fərdlərə özünü ifadə etmək, sosial-siyasi prosesləri müzakirə etmək və onların iştirakçısına cevrilmək imkanı verir, ictimai sahənin yeni modelini yaradır.

ƏDƏBİYYAT

1. Manovic L. The Language of New Media, Massachusetts: MIT Press, 2001
2. Williams K. Understanding Media Theory. London: Oxford University Press, 2003

3. Məmmədova L.Yeni media ictimai sahənin yeni modelini yaradan faktor kimi. "İnformasiya cəmiyyəti problemləri". Bakı: 2014, 2
4. McMillan, J. S. "Eploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems." Handbook of New Media: Social Shaping and SocialConsequences of ICTs (ss. 205–229). Leah A. Lievrouw & Sonia Livingstone, London: Sage Publications, 2006
5. Əliquliyev R.M., Mahmudov R.Ş. İnternet medianın meydana gəlməsi və inkişafı: əsas istiqamətlər və xüsusiyyətlər. Ekspress-informasiya. Bakı: İnformasiya Texnologiyaları, 2012.
6. Машкова С.Г., Интернет-журналистика: Усебное пособие, Тамбов, 2006
7. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. (5th edn). London. Sage Publications, 2005
8. Uğur A.Kültür Kıtası Atlası. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2003
9. Gorman L. McLean D. Media andSociety in the Twentieth Century A Historical Introduction. USA:Blackwell Publishing, 2005
10. Geray H. İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim ve Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara. Ütopya Yayınevi, 2003
11. Holmes D. Communication Theory: Media, Technology, Society. London. Sage Publications, 2006
12. Rafaeli, S. "Interactivity from New Media to Communication." The Social Net: Understanding Human Behavior in Cyberspace. Yair Amchai Hamburger. Oxford: Oxford University Press, 2005
13. Kara H. "Bilgisayar/İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik." Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya (ss. 97–139). İstanbul. IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005
14. Chaffee H.S., Metgezer J.M. "The End of Mass Communication?" Mass Communication & Society. 4 (4), 2001

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ И НОВЫХ МЕДИА

Л.Р.МАМЕДОВА

РЕЗЮМЕ

Концепция новых медиа объясняет технических, социальных, политических и философских аспектов. Исследует специфические особенности новых медиа, оцифровка, мультимедиа, конвергенция, интерактивность интерпретируется как основная перспектива и особенность отличие от традиционных средств массовой информации.

Сравнению в контексте с традиционными средствами массовой информации, новые медиа резко отличается от традиционных СМИ таких областях, как число каналов, содержания, объема, управление медиа-контента, сбора, передачи и распределения информации, времени, структуры социального контроля.

Ключевые слова: новые медиа, глобализация, оцифровка, мультимедиа, конвергенция, интерактивность, гипертекст

SOME ASPECTS OF TRADITIONAL MEDIA AND NEW MEDIA

L.R.MAMMADOVA

SUMMARY

The concept of new media is defined from technical, social, political and philosophical aspects. The specific features of the new media digitization, multimedia convergence, interactivity are marked as its basic perspectives and features.

Compared to the context of traditional media, new media is very different from traditional CMI areas for the number of channels, content, volume, control of media content, data collection, transmission and distribution of information, time, structure, social control.

Keywords: new media, globalization, digitization, multimedia convergence, interacttivity, hypertext