

*Садретдинова Д.Р.  
студентка бакалавриата,  
Башкирский государственный университет  
Россия, г. Уфа  
e-mail: diana.di.2013@list.ru*

## **ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КРИТИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

***Аннотация:** В научной статье рассматриваются основные компоненты функционирования литературной критики в контексте новых медиа. Особенное внимание в работе уделяется их основному компоненту – интерактивности. В статье также сопоставляются специфики современной и традиционной журналистики, в условиях которого развивается литературно-критическая публицистика. В новых технологических условиях, проанализированы способы коммуникации аудитории и средств массовой информации в социальных сетях. Здесь же рассматриваются условия «взаимоподвижения» читателей и изданий.*

**Ключевые слова:** журналистика, новые медиа, критика, литература, интерактивность.

*Sadretdinova D.R.  
bachelor student,  
Bashkir State University  
Russia, Ufa*

## **FEATURES OF MODERN CRITICAL PUBLICATIONS: THEORETICAL ASPECT**

***Abstract:** The scientific article discusses the main components of the functioning of literary criticism in the context of new media. Particular attention is paid to their main component - interactivity. The article also compares the specifics of modern and traditional journalism, in the conditions of which literary-critical journalism is developing. In the new technological conditions, the methods of communication of the audience and the media in social networks are analyzed. It also discusses the conditions of "mutual promotion" of readers and publications.*

**Keywords:** journalism, new media, criticism, literature, interactivity.

Литературная критика уже довольно давно «перебралась» на новое информационное пространство. Эксперты считали, что критика исчезнет вместе с «толстыми» журналами или станет сугубо научным жанром, перейдет

в альманахи литературоведов: «подобное состояние литературной критики вполне закономерно, это связано с глобальными изменениями в социокультурной ситуации, а литература, в первую очередь, реагирует на состояние общественной жизни» [1]. Однако, как мы видим, массовая литературная критика живет и процветает в «новых медиа».

«Новые медиа (New media) – это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контент» [2]. Новые медиа не существуют внесетевом пространстве, поскольку Интернет обеспечивает нас возможностью передавать информацию в полном объеме, используя текст, изображения, аудио и видео материалы. В медиасреде, которая возникла в результате появления новых медиа, образовались особые коды, задачи, формы, поэтому в современной журналистике (против традиционной) возникли иные характеристики и свойства передачи, формы, отбора информации. «Привычные навыки традиционной журналистики рассказывать истории своей аудитории стали быстро обогащаться новыми технологическими возможностями, меняющими не только медиаплатформы, но и преобразующие сами принципы медийного высказывания» [3].

Обязательными компонентами «новых медиа» являются: интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность, конвергенция, дигитализация и наличие электронного носителя. Стоит отметить, что интерактивность – ключевая составляющая «новых медиа», она позволяет коммуницировать СМИ с аудиторией. Интерактивность – базовый компонент Интернет пространства, функцией которого является двухстороннее взаимодействие. При взаимодействии автора и аудитории потребитель управляет информацией, которая поступает из СМИ, а также влияет на специфику предоставляемых новостей.

Помимо возможности аудитории управлять информацией, интерактивность электронных медиа упрощает процесс получения

необходимой информации. Читатель легко ориентируется в архивных записях, если ресурс предоставляет функции архивного поиска, фильтрации по темам, тегам, ключевым словам. В историческом журнале «Дилетант», к примеру, читатель может сортировать записи по рейтингу, дате публикации, жанру публикации, а также, что важно – найти интересующую публикацию возможно, применив сортировку записей по континенту и периоду того или иного исторического события.

Интерактивная коммуникация в «новых медиа» стирает жесткую границу между поставщиком новости и ее получателем. Потребитель информации принимает участие в создании, обмене, сортировке материалов. Так как у некоторых печатных изданий до сих пор нет страницы в сети, их аудитория вынуждена пребывать в пассивной потребительской роли. Такую массу читателей проще «подсадить» на определенную категорию информации: желтую прессу, пропагандистскую кампанию и т.д. по причине невозможности фильтровать каналы передач по различным критериям, например, профессиональности журналистов, правдивости и «нужности» информации.

Читатель, участвующий в процессе деятельности СМИ способен принести прибыль изданию. Его участие позволяет определить вкусы и потребности аудитории, редакция в ответ на требование читателя может усовершенствовать редакционную политику. Немаловажный пункт – реклама, благодаря активности подписчиков, новости удастся разбросать по разным социальным сетям. К примеру, «Сноб» взаимодействует с аудиторией с помощью функции – Клуб читателей. Карта клуба Сноб позволяет принимать участие в культурных событиях страны и мира. Для обратной связи существует привилегия – блог на сайте, при помощи которого можно устраивать дискуссии, комментировать и предлагать улучшения под опубликованными материалами авторов журнала.

### **Список литературы:**

1. Бешукова Ф.Б. Литературно–художественные журналы и проблемы «новой критики» // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №62 [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/literaturno–hudozhestvennye–zhurnaly–i–problemy–novoy–kritiki> (дата обращения: 05.02.2019 г.).
2. Neuman R.W. The Future of the Mass Audience. Cambridge: Cambridge University Press 1991. 220 p.
3. Чернавский А.С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2015. №5 (37) [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye–media–i–razvitie–zhurnalistiki–tsifrovoy–ery> (дата обращения: 01.12.2020 г.).