



Научно-исследовательский журнал «Филологический вестник / Philological Bulletin»

<https://fv-journal.ru>

2025, Том 4, № 3 / 2025, Vol. 4, Iss. 3 <https://fv-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 070.1

## Значение традиционных СМИ в глобальной медиа системе

<sup>1</sup> Бахадиванд Ч.З., <sup>1</sup> Ильченко С.Н.,

<sup>1</sup> Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций,  
Санкт-Петербургский государственный университет

**Аннотация:** динамические процессы технологической трансформации последнего десятилетия привели к кардинальному изменению коммуникационного ландшафта через консолидацию разнообразных медиаформатов в интегративные информационные экосистемы. Конвергенция текстуальных, аудиовизуальных и графических компонентов в глобальной сетевой инфраструктуре при одновременной либерализации доступа к информации инициирует фундаментальный сдвиг парадигмы социальных взаимодействий. Для печатных средств массовой информации цифровые технологии требуют ревизии стратегического позиционирования и акцентуации уникальных преимуществ. Печатные издания обладают специфическими материальными характеристиками: тактильным комфортом, удобством чтения и быстротой обзора ознакомления. В этом аспекте периодические издания сохраняют конкурентное преимущество перед цифровыми ресурсами, что обеспечивает их актуальность. Особую значимость традиционные СМИ сохраняют в странах с неравномерным доступом к цифровым технологиям. В регионах с ограниченным проникновением интернета, недостаточным уровнем цифровой грамотности или экономическими барьерами для доступа к новым технологиям именно традиционные медиа обеспечивают информационные потребности значительной части населения. Наблюдаемая метаморфоза коммуникативных практик затрагивает не только технологическое измерение, но и глубинные механизмы общественного дискурса и информационного обмена. В данной работе проводится анализ перспектив развития традиционных медиа, включая периодическую печать, радио и телевидение, в условиях экспансии цифровых платформ. Особое внимание уделяется изучению адаптационных стратегий классических СМК перед лицом цифровой трансформации и определению потенциальных траекторий их дальнейшего институционального развития в модифицированном медиапространстве.

**Ключевые слова:** новые медиа, социальная коммуникация, коммуникационные технологии, средства массовой коммуникации, Интернет

**Для цитирования:** Бахадиванд Ч.З., Ильченко С.Н. Значение традиционных СМИ в глобальной медиа системе // Филологический вестник. 2025. Том 4. № 3. С. 24 – 28.

Поступила в редакцию: 6 февраля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 7 апреля 2025 г.; Принята к публикации: 19 мая 2025 г.

\*\*\*

## The significance of traditional media in the global media system

<sup>1</sup> Bakhadivand Ch.Z., <sup>1</sup> Ilychenko S.N.,

<sup>1</sup> Higher School of Journalism and Mass Communications,  
St.Petersburg State University

**Abstract:** the dynamic processes of technological transformation over the past decade have led to a fundamental change in the communication landscape through the consolidation of diverse media formats into integrative information ecosystems. The convergence of textual, audiovisual, and graphical components in the global network infrastructure, while liberalizing access to information, initiates a fundamental paradigm shift in social interactions. For print media, digital technologies require a revision of strategic positioning and an emphasis on unique advantages. Printed publications have specific material characteristics:

tactile comfort, ease of reading, and speed of review. In this aspect, periodicals retain a competitive advantage over digital resources, which ensures their relevance. Traditional media remain particularly important in countries with uneven access to digital technologies. In regions with limited Internet penetration, insufficient digital literacy, or economic barriers to access to new technologies, it is traditional media that meet the information needs of a significant part of the population. The observed metamorphosis of communicative practices affects not only the technological dimension, but also the deep mechanisms of public discourse and information exchange. This paper analyzes the prospects for the development of traditional media, including periodicals, radio and television, in the context of the expansion of digital platforms. Special attention is paid to studying the adaptation strategies of classical QMS in the face of digital transformation and identifying potential trajectories for their further institutional development in the modified media space.

**Keywords:** new media, social communication, communication technologies, mass communication, Internet

**For citation:** Bakhadivand Ch.Z., Ilychenko S.N. The significance of traditional media in the global media system. Philological Bulletin. 2025. 4 (3). P. 24 – 28.

The article was submitted: February 6, 2025; Approved after reviewing: April 7, 2025; Accepted for publication: May 19, 2025.

## Введение

Современный социокультурный ландшафт характеризуется интенсивной эволюцией инновационной коммуникационной системы, концептуализируемой в научном дискурсе как «новые медиа». Данный феномен представляет собой комплексное интегративное образование, объединяющее интерактивные коммуникационные технологии с цифровыми модальностями трансляции информации, где доминирующую роль играет глобальная сеть Интернет. Наблюдаемая трансформация не ограничивается техническими аспектами, но конституирует многомерное социокультурное явление, фундаментально изменяющее архитектонику межличностных и групповых взаимодействий [1].

Эволюция коммуникационных парадигм демонстрирует значимую трансформацию: структурированные и линейные модели информационного обмена,ственные кинематографу, радиовещанию и телевизионным системам, постепенно уступают позиции более аффективным и менее рефлексивным формам социального взаимодействия. Аналогичный по своей фундаментальности технологический сдвиг наблюдался на границе столетий, когда разнообразные коммуникационные модальности интегрировались в интерактивные информационные экосистемы [2].

Современный этап характеризуется формированием уникального «супертекста» и «метаязыка», которые впервые в историческом контексте осуществляют конвергенцию письменной, вербальной и аудиовизуальной коммуникативных практик в целостную систему. Симбиотическое взаимодействие текстуальных, визуальных и звуковых компонентов в глобальной информационной инфраструктуре инициирует существенную реконфигурацию коммуникативной архитектоники [3].

В контексте акселерирующего и труднопредсказуемого развития цифровых технологий актуализируется проблематика дальнейшей институциональной эволюции традиционных медиаформатов. Целью данной статьи является осмысление значения традиционных СМИ в глобальной медиа системе в условиях цифровой трансформации.

## Материалы и методы исследований

Методологическую основу исследования составляет комплексный анализ традиционных и новых медиа в контексте их исторической эволюции, функциональных трансформаций и институциональных изменений. В работе использованы историко-генетический, структурно-функциональный и системный подходы, позволяющие рассмотреть традиционные СМИ как целостные институциональные образования, встроенные в глобальную медиасистему.

Эмпирическую базу исследования составляют научные публикации, освещающие проблематику трансформации медиасистем в условиях цифровизации, а также данные о динамике развития различных сегментов медиаиндустрии. Хронологические рамки исследования охватывают период с конца XX века по настоящее время, что позволяет проследить ключевые этапы эволюции медиасреды в эпоху цифровой трансформации.

В работе использованы следующие методы исследования:

- сравнительный анализ традиционных и новых медиа;
- исторический метод исследования эволюции медиасистем;
- контент-анализ научной литературы по проблемам развития медиа;
- институциональный анализ СМИ как социальных институтов.

## Результаты и обсуждения

Эволюция СМК демонстрирует когерентность с социогенезом. Исторически обусловленное появление первых периодических изданий в XVIII столетии коррелировало с формированием новой социальной страты – буржуазии, которая инструментализировала печатную продукцию для достижения экономических, политических и культурных целей. В этот период возникла концепция «Четвертой власти», указывающая на значительный потенциал медийного воздействия на социальную реальность [4].

Историческая эволюция СМК показывает их постепенную трансформацию в многофункциональный инструментарий, интегрированный в экономические и политические взаимодействия, а также определяющий механизмы разрешения социальных конфликтов. Медиасистемы стали фундаментальным фактором развития либеральных экономических структур и демократических институтов. СМК выступили детерминантой в процессе становления бюрократических комплексов и в консолидации политических режимов различного типа [5].

Традиционные СМИ исторически выступали ключевыми институтами общественной жизни, формирующими не только информационную повестку дня, но и культурные ценности, социальные нормы и коллективные представления о реальности. Эта институциональная укорененность в общественных структурах обеспечивает им особое положение даже в эпоху цифровизации.

В парадигме современного социума инновационные информационные и телекоммуникационные технологии (ИКТ) осуществляют фундаментальную реструктуризацию не только производственно-экономических процессов, но и механизмов реализации гражданских компетенций. Данные технологии выступают в качестве определяющего фактора трансформации социальной стратификации, экономической структуры и демократических институтов, оказывая комплексное воздействие на многоаспектные проявления общественного бытия [5].

Современные медиасистемы, базирующиеся на цифровых платформах, интегрированные с компьютерными технологиями и интернет-инфраструктурой, обрели существенно более высокую степень интерактивности по сравнению с традиционными медиаформатами, что отличает их принципиально [3].

Медийная метаморфоза происходила в условиях цивилизационной трансформации, характеризуемой переходом от индустриальной к постиндустриальной (информационной) социальной мо-

дели. Информационно-компьютерная революция, представляющая собой процесс всеобъемлющей информатизации социальных и индивидуальных практик, стала квинтэссенцией этого феномена [6].

В качестве фундаментальных катализаторов трансформационных процессов выступила тетрада взаимообусловленных феноменов: компьютеризация, интернетизация, медиатизация и виртуализация информационного континуума. Именно компьютерные технологии впервые реализовали потенциал интеграции гетерогенных информационных модальностей – текстуальной, аудиальной, визуальной и графической – в унифицированном цифровом формате [7].

Цифровая эпоха и новые медиа ознаменовали генезис инновационной медиасреды, оказывающей трансформационное воздействие как на средства массовой информации, так и на журналистскую практику в целом. Однако возникает вопрос: имплицирует ли данная трансформация постепенное угасание традиционных медиа? Ответ однозначно отрицательный. По существу, между традиционными и новыми медиа отсутствует антагонистическое противостояние, наблюдается конкуренция и поиск целевой аудитории [8].

Техногенная цивилизация информационного общества предполагает принципиально новую стратегию взаимодействия медиа, информации и интернета. Она проявляется в их взаимной детерминации, выражющейся в интернетизации медийного пространства и медиатизации глобальной сетевой инфраструктуры. Интернет модифицирует традиционные СМИ, однако симультанно эти медиаформаты трансформируют виртуальное пространство, конвертируя глобальную сеть в платформу трансмедийного производства [8].

Обозначенная стратегия конвергенции обусловлена объективными закономерностями медиаэволюции. Традиционные и инновационные медиаформаты функционируют в рамках единого коммуникационного континуума. Актуальной остается гипотеза Вольфганга Рипля – так называемый закон Рипля, постулирующий принцип невытеснения новыми медиа своих предшественников. Инновационные, технологически более совершенные средства массовой информации не устраниют исторически предшествующие медиаформаты – вместо этого происходит реконфигурация их функционального репертуара.

Одним из главных преимуществ традиционных медиа является их высокая степень доверия со стороны аудитории. Десятилетиями формировавшиеся редакционные стандарты, профессиональная этика и механизмы верификации информации создали уникальный капитал доверия. В мире

постправды и фейковых новостей это доверие становится особенно ценным ресурсом, позволяющим традиционным СМИ сохранять свою аудиторию и влияние.

Традиционные медиа обладают уникальной способностью к созданию общенациональной повестки дня. В условиях фрагментации информационного пространства, характерной для интернета, именно телевидение, радио и крупные газеты продолжают выполнять интегрирующую функцию, формируя единое информационное поле для всего общества.

В глобальном масштабе традиционные СМИ остаются важнейшими участниками международного информационного обмена. Крупные телеканалы, радиостанции и издания с международным охватом формируют представления о событиях мирового масштаба, влияют на международную повестку дня и играют ключевую роль в глобальном распространении культурных ценностей и смыслов [5].

Информационная архитектоника интернет-культуры характеризуется многомерностью и отсутствием строгой структурной организации. В отличие от физической реальности, киберпространство лишено естественной топографии, что затрудняет его традиционное картографирование. Дефицит «естественных» форм репрезентации информационных массивов обуславливает необходимость использования метафорических конструкций и визуальных паттернов, заимствованных из традиционных медиа, с целью оптимизации навигации и когнитивного восприятия [9].

Нельзя не отметить глубокую интеграцию традиционных СМИ в современную медиаэкосистему. Вместо ожидаемого многими исследователями вытеснения, произошло взаимообогащение и трансформация обоих секторов. Традиционные медиа активно осваивают цифровые платформы, развиваются интерактивные сервисы, экспериментируют с новыми форматами подачи контента. В свою очередь, многие новые медиа заимствуют профессиональные стандарты и подходы из традиционной журналистики [8].

Классические массмедиа и интерактивные медийные инновации дифференцируются не исключительно по техническим параметрам. Традиционные массмедиа, представленные телевизионными и радиовещательными системами, достигают стабильности функционирования посредством внутренней структурной организации и централизованного управления. Параллельно с этим, интерактивные медиа, представленные социальными сетями и онлайн-платформами, обретают системную устойчивость благодаря механизмам актив-

ной интеракции с аудиторией и многоканальной обратной связи [3].

Традиционные массмедиа реализуют глобальную коммуникационную функцию посредством широковещательных технологий, охватывая масштабные аудитории. В противоположность этому, интернет конституирует инновационное пространство для мультимодальных взаимодействий, интегрируя различные сообщества в единую сетевую структуру и предоставляя пользователям возможность активного участия в создании и распространении информационного контента [2]. Цифровизация информационного массива впервые в историческом контексте обеспечила консолидацию разнообразных медиа в целостную функциональную систему. Таким образом, традиционные медиа не подверглись маргинализации, но трансформировались в интегральные элементы новой медийной экосистемы.

Логично предположить, что в перспективе традиционные медиа, включая печатную периодику, переосмысят свой функциональный статус и позиционирование в медиаландшафте. Вместо сценария «медиаканнибализма» более вероятна реализация модели симбиотического существования исторических и инновационных медиаформатов [8]. Для печатных СМИ цифровые технологии требуют ревизии стратегического позиционирования и акцентуации уникальных преимуществ печатных носителей.

Таким образом, традиционные средства массовой информации продолжают сохранять существенное значение в глобальной медиасистеме, демонстрируя способность к адаптации, трансформации и конвергенции с новыми медиа. Они остаются незаменимыми институтами общественной коммуникации, обеспечивающими стабильность и целостность информационного пространства в условиях его технологической и содержательной трансформации.

### Выходы

В современном цифровом мире традиционные медиа не утратили своей важности, а напротив, приобрели новую функцию – они служат понятными метафорическими ориентирами в виртуальном пространстве. Когда мы видим на экране рабочий стол, папки с документами или корзину для удаления файлов, мы сразу понимаем их назначение, поскольку эти элементы заимствованы из привычного физического мира. Такая метафоричность интерфейсов неслучайна – без этих знакомых образов пользователям было бы чрезвычайно трудно разобраться в бесконечном и хаотичном потоке цифровой информации, которая сама по

себе не имеет естественной структуры и направления [9].

Что касается будущего печатных медиа, есть основания полагать, что их значимость будет только возрастать. В эпоху цифровизации традиционные медиа выполняют важнейшую функцию – они создают ощущение порядка и ясности в информационном хаосе. Книги, журналы и газеты предлагают читателю структурированный, тщательно отобранный и организованный контент, что особенно ценно в условиях информационной перегрузки [9]. Они упрощают сложное, предостав-

ляя четкие формы и структуры для людей, стремящихся найти смысл в океане данных.

Печатные издания остаются актуальными, воплощая собой идею упорядоченности и целостности в постоянно расширяющемся и фрагментированном информационном пространстве. Их роль в будущем, вероятно, будет связана не столько с оперативным информированием, сколько с глубинной аналитикой, формированием культурных смыслов и обеспечением когнитивной устойчивости в условиях информационной избыточности.

#### Список источников

1. Черных А. Мир современных медиа. Москва: Издательский дом «Территория будущего». 2007. С. 105 – 118.
2. Байд-Баррелл О., Брэм П.П. Медиа, знания и власть. Лондон: Routledge. 2017. С. 123 – 156.
3. Моррис М., Оган К. Интернет как средство массовой информации // Журнал коммуникаций. 2018. № 46 (1). С. 39 – 50.
4. Яновиц М. Изучение массовой коммуникации // Международная энциклопедия социальных наук. Нью-Йорк: Macmillan and Free Press. 2019. С. 40 – 53.
5. Томпсон Дж. Б. Идеология и массовая культура. Оксфорд: Издательство Оксфордского университета, 2020. С. 67 – 92.
6. Кастьельс М. Расцвет сетевого общества. Оксфорд: Оксфорд: Wiley Blackwell, 2021. С. 201 – 225.
7. Манович Л. Язык новых медиа. Кембридж: MIT Press, 2020. С. 78 – 94.
8. Дженкинс Х. Культура конвергенции: где сталкиваются старые и новые медиа. Нью-Йорк: Издательство Нью-Йоркского университета, 2021. С. 112 – 145.
9. Больц Н. Медиа-алфавит. Европейский журнал медиаисследований. 2019. № 8 (2). С. 45 – 67.
10. Фортунати Л. Размышления об опосредованной коммуникации в цифровую эпоху // Новые медиа и общество. 2022. № 24 (3). С. 215 – 242.

#### References

1. Chernykh A. The World of Modern Media. Moscow: Territory of the Future Publishing House. 2007. P. 105 – 118.
2. Boyd-Burrell O., Bram P.P. Media, Knowledge, and Power. London: Routledge. 2017. P. 123 – 156.
3. Morris M., Ogan K. The Internet as a Mass Media. Journal of Communications. 2018. No. 46 (1). P. 39 – 50.
4. Janowitz M. The Study of Mass Communication. International Encyclopedia of the Social Sciences. New York: Macmillan and Free Press. 2019. P. 40 – 53.
5. Thompson J.B. Ideology and Mass Culture. Oxford: Oxford University Press, 2020. P. 67 – 92.
6. Castells M. The Rise of the Network Society. Oxford: Oxford: Wiley Blackwell, 2021. P. 201 – 225.
7. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2020. P. 78 – 94.
8. Jenkins, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2021. P. 112 – 145.
9. Bolz N. The Media Alphabet. European Journal of Media Studies. 2019. No. 8 (2). P. 45 – 67.
10. Fortunati L. Reflections on Mediated Communication in the Digital Age. New Media and Society. 2022. No. 24 (3). P. 215 – 242.

#### Информация об авторах

Бахадиванд Ч.З., аспирант, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет, chakamesol@yahoo.com

Ильченко С.Н., доктор филологических наук, профессор, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет, tv\_and\_radio@mail.ru

© Бахадиванд Ч.З., Ильченко С.Н., 2025