

МУЗЕЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ОТ ТЕХНОЛОГИИ К АУДИТОРИИ

О. А. Рыжкова

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Поступила в редакцию 10 января 2023 г.

Аннотация: *в современном мире сложно представить себе деятельность, не связанную с цифровыми средствами коммуникации, и область культуры в этом вопросе — не исключение. Статья обобщает особенности новых медиа и анализирует материал сети «VKонтакте» музея, что позволяет выявить наиболее востребованные способы взаимодействия с аудиторией и влияние цифровизации на устоявшуюся информационную политику музея.*

Ключевые слова: *коммуникация, музей, цифровая среда, аудитория, обратная связь.*

Abstract: *in the modern world, it is difficult to imagine activities that are not related to digital means of communication, and the field of culture in this matter is no exception. The article summarizes the features of new media and analyzes the material of the museum's VKontakte network, which makes it possible to identify the most popular ways of interacting with the audience and the impact of digitalization on the established information policy of the museum.*

Keywords: *communication, museum, digital environment, audience, feedback.*

Область информационного обмена за последнее время подверглась существенным трансформациям. Наиболее значимы процессы, связанные с произошедшей цифровой революцией, ростом числа медийных платформ, открывшим широкий доступ к разнообразным информационным источникам. В практику информационного обмена включилось огромное количество людей, у которых появилась возможность фактически «присутствовать» на событиях в режиме реального времени и чувствовать свою причастность к происходящему. Благодаря ускоренным темпам повсеместной медиатизации культурная жизнь перетекает в цифровое пространство (выставки и концерты исполнителей переходят в онлайн) [1, 123]. Изменения, связанные с цифровой средой, стали причиной формирования новой информационной культуры. Глобализация и сокращение пространственно-временных рамок, трансформация аудитории в пользователей, способных обозначать свою позицию и оказывать влияние на контент создают новые возможности для информационного обмена. Коммуникация становится процессом активного и равноправного взаимодействия участников процесса с помощью новых видов информационных технологий, социальных сетей и групп, блогосферы, мессенджеров и т.д. Важными факторами становятся общность взглядов и интересов, обмен компетенциями, осуществление совместной деятельности, достижение значимой для участников сообщества цели. Об интернете говорят как

о «среде уникальной, предъявляющей к личности человека, группам людей и предприятиям, попадающим в нее, специфические требования, организующей взаимодействие между людьми в соответствии с совершенно иными принципами, нежели при других видах опосредованного и не опосредованного общения. Интернет — это принципиально новая, не имеющая аналогов в истории, сложная, самоорганизующаяся коммуникативная среда, обладающая постоянно появляющимися, новыми свойствами. Часто эту среду называют цифровой, чтобы подчеркнуть, что речь идет о коммуникации с использованием технологий, то есть цифровых устройств» [2, 28].

Интернет стал средством, создающим не только необходимые условия для взаимодействия, но и объединяющим общество. Коммуникация может носить индивидуальный или групповой характер, быть в той или иной степени открытой, заинтересовывать пользователей разной степени территориальной удаленности, охватывать различные временные рамки. Кроме этого, нельзя не отметить влияние технических носителей, с помощью которых осуществляется информационный обмен — кроме компьютера в коммуникации задействованы мобильные телефоны и планшеты, чьи особенности опосредованно влияют на характер, основные черты и специфику общения. Речь идет, прежде всего, о скорости отклика и отсутствии временных и пространственных ограничений. Кроме этого, к значимым чертам интернет-коммуникации можно отнести:

- Общение, основанное на равноправии;
- Возможность высказать свою точку зрения, выразить эмоции;
- Ощущение общности с какой-либо группой людей, проявление своей идентичности;
- Определение актуального для себя контента, формирование информационных запросов;
- Свободный выбор контактов, социальных групп, собеседников, партнеров;
- Анонимность участников, которая способствует открытому и свободному общению;
- Формирование пользовательской интернет-культуры;
- «Новая устность» [3]. Общение в интернете (особенно в чатах) протекает в письменной форме, но при более детальном рассмотрении обнаруживается, что речь, которую мы «слышим» в чате — это не письмо, это устная речь, парадоксальным образом произносимая пальцами.

Становится понятно, что все перечисленные особенности связаны друг с другом: свобода самовыражения соприкасается с открытым и масштабным информационным полем, индивидуальным выбором тем и групп, определением собственной идентичности.

Таким образом, медиа, погруженные в цифровую среду, принципиально отличаются от существовавших ранее. Цифровое преобразование не изменило традиционные цели и задачи коммуникации, но отразилось на формах, инструментах и разнообразии, которое вызывает необходимость конкурировать за внимание публики. Можно отметить, что понимание аудитории исключительно в дихотомическом ключе активной–пассивной сменяет более комплексный подход. Новые медиатехнологии расширяют традиционное понимание публики либо как избирательной, ориентированной на личные вкусы и цели, либо зависимой в выборе контента от СМИ.

В частности, Дж. Узбстер [4] разработал следующие модели: аудитория — как масса, как объект воздействия и как активный агент. Первая модель относится к публике, подверженной влиянию СМИ с акцентом на массовость, поэтому большое значение придается попыткам определить ее численность. Модель аудитории-объекта связана с изучением феноменов пропаганды и воздействия на сознание, исследования вариантов медиапотребления и воздействия медиа. Модель аудитории-агента акцентирует внимание на возможностях новых медиатехнологий, связанных для пользователей со свободой выбора и личной заинтересованностью.

Музейная деятельность непосредственно связана с коммуникацией, поскольку основана на деятельности «по сохранению, созданию, распространению и освоению культурных ценностей» [5].

В музейной сфере трансформация от аналогового формата к цифровому стала фактором, влияющим

на коммуникативную политику и взаимодействие с аудиторией. К ведущим задачам, к примеру, можно отнести оцифровку музейных предметов, позволяющую хранить и передавать огромное количество информации, в отличие от аналоговых форм. С помощью оцифровки можно обеспечить интеграцию музея в информационную среду, добавить интерактивности с помощью VR-приложений или проанализировать пользовательский интерес к предлагаемым программам. У аудитории появляется возможность выбора той или иной формы организации досуга в соответствии со своими предпочтениями.

С помощью мобильных устройств доступны, к примеру, виртуальное посещение выставок или погружение в историческую канву создания художественного произведения. Для цифровой музейной среды, кроме очевидной доступности информации и повышения качества контента, характерны такие черты, как интерактивность.

Исследователи отмечают, что новые интерактивные медиа предоставляют не только огромный выбор, но также и некоторые другие возможности. Это, прежде всего события, происходящие в онлайн-формате, видео, подкасты, кросс-медийный контент. Новые медиа предоставляют отличный от традиционных объем содержания, которым зритель может манипулировать, и расширение возможностей восприятия, которые могут быть активированы во время использования медиа [6]. Кроме этого, музей активно осваивает мультимедийный формат, форма и контент которого находится в прямой зависимости от информационного носителя. Возможность свободного выбора привлекает аудиторию, сочетание избирательности аудитории и адресных медиапосланий, рассылки и рекламы делает коммуникацию более эффективной.

Целевую аудиторию можно сегментировать по ряду критериев (например, по интересам и сценариям поведения, географической удаленности и т.д.). Однако для построения коммуникации чаще всего используется базовая схема, которая основана на общих представлениях об аудитории, и этому подходу не хватает использования особенностей, отличающих посетителей музея от посетителей других досуговых учреждений. Важно определить точки соприкосновения с аудиторией, используя портрет пользователей, их интересы и потребности, анализируя социальные сети и используя дополнительные источники информации: опросы, мониторинг вовлеченности посетителей, видеонализ, тепловое картирование и т.д.

Для систематизации особенностей цифровых коммуникаций рассмотрим практику ведения страницы ВКонтакте Новгородского объединенного музея-заповедника за период 2022 года. В настоящее время именно в социальных сетях и мессенджерах происходит привлечение аудитории, а влияние по-

сетителей на изменения, контент и организацию сайта проявляется более наглядно. По мнению исследователей, «традиционные площадки для информирования и просвещения населения, к примеру, официальные сайты государственных творческих учреждений (департамента и управления культуры, образования, филармонии, детских школ искусств, музыкальных колледжей и училищ, специализированных институтов искусств), а также конкурсные сайты профессионального мастерства остались статичными к надвигающимся изменениям, а их функции сводились к коротким сообщениям новостного характера» [7]. Предварительное рассмотрение показывает, что контент у страницы ВК и официального сайта схожий — справочная информация и музейные события, поданные в виде анонсов, новостей или заметок, с официальной подачей на музейном сайте и более лично-ориентированной у социальной сети. Данные площадки можно отнести к так называемым собственным медиа, созданным музеем для освещения своей деятельности. Однако, коммуникационная активность музея не исчерпывается собственными медиа, музей упоминается онлайн-изданиях, личных блогах, фото-хостингах и т.д. Количество выдач по запросам «Новгородский объединенный музей-заповедник», «Музей Великий Новгород», «НГОМЗ», «Музей в кремле Великий Новгород» только в поисковой системе Яндекс составляет в сумме 877 тысяч. Музейная страница ВКонтакте располагает более 12 тыс. подписчиков. К целевой аудитории можно отнести посетителей музея — как жителей Великого Новгорода, так и туристов. Рассматриваемые информационные ресурсы представляют ценность и для узкой группы специалистов — педагогов, организующих внеурочную деятельность, историков, исследователей, специалистов по материальной культуре, провайдеров туристических услуг.

Рассмотрим основные коммуникативные характеристики музейной страницы ВКонтакте, к которым можно отнести:

Наглядность — на сайте представлена ведущая организация, понятны назначение, цели и задачи. Кликнув на ссылку *Официальная информация*, пользователь получает доступ к справочным данным, музейному сайту, мессенджерам и контактным телефонам. Основной информационный блок предваряют разделы «Клипы», «Фото событий» и «Музейный магазин» и справочная информация с указанием основных музейных объектов и стоимости посещения. Вся информация на сайте представлена на русском языке. Верхнюю часть страницы занимает заставка-логотип музея. Для текстов, в отличие от официальных источников, характерно использование большого количества смайлов и эмодзи, как в этом объявлении об археологических раскопках:

Летом можно проводить время на даче, а можно... на археологическом раскопе!

👷 И там, и там — земельные работы. В чем разница? Выращивать культурные растения — дело полезное 🌱. А вот раскрывать культурный слой — дело национальной важности 💎.

🎯 На легендарном Троицком раскопе предстоит погрузиться в новгородское средневековье. Может именно вам предназначено найти новую берестяную грамоту или уникальный артефакт, который станет сенсацией в науке.

23 июня в 10:20

Содержательность и иллюстративность — контент страницы обоснован и подобран в соответствие с тематикой и назначением. Изображения представлены в достаточном разрешении, сопровождаются комментариями, которые могут быть шуточными. Иногда изображения могут быть не связаны напрямую с музейной тематикой, но являются художественным посылом или частью викторины или конкурса. Как правило, сообщение содержит от одного до шести фотоизображений. Кроме типичного для ВК формата изображение+текст, страница содержит видео контент, виртуальные путешествия, трансляции и т.д. Содержание страницы дает посетителю полное представление о музейной деятельности, реализуемых и готовящихся проектах, культурных памятниках, научной и реставрационной деятельности музея.

Аудиторию привлекают забавные подписи на фото:

На масштабной выставке «Викинги. Путь на Восток» легендарная эпоха становится реальной!

6 июня в 10:01



Илл.1

Пост и комментарии к нему, которые не состоялись бы без фото:

Немного интриги о том, что происходит во время реставрации прясел кремля.

Подробности будут у новгородской прессы и на сайте музея.

Открытия, которые приносят только ещё больше тайн и загадок



Илл. 2, 3

Серафим Игнатъев 🍷

Внутренняя лестница для худеньких, это нормально))

14 апр в 16:50

Новгородский музей-заповедник

Василий, учитывая возможную историю этого места, коррулентность не предполагалась.

Пример размещения видеоконтента:

В нашей рубрике #Реставрация рассказываем о восстановлении фресок из храма начала XII века. Им занимаются специалисты Новгородского музея-заповедника. Все подробности — в ролике.

Подробнее о работе специалистов Центра реставрации монументальной живописи — в сюжете 🙌🙌🙌

16 дек в 14:35

Пример привлекающего анонса видеоматериала: **УДИВИТЕЛЬНОЕ РЯДОМ. КРАТИР.**

Из короткого видео вы узнаете:

- как звали первого известного русского ювелира;
- чьи имена начертаны на ножке чаши;
- в каких крупнейших мировых музеях побывал кратир!

24 ноя в 18:40

Примеры контента, напрямую не связанного с музейной деятельностью:

Так интересно наблюдать за людьми, которые возможно впервые зашли на территорию Кремля. Они оглядываются по сторонам, наводят камеры телефонов в поисках «того самого» кадра, указывают друг другу в сторону заинтересовавших их объектов. А рядом с туристами пролетают местные жители, забывая поднять взгляд, задержаться на минутку, чтобы услышать разнообразие исторического великана! Не привыкайте! Цените!

Света Семёнова

Вы не правы. Сотни местных не пробегают «мимо». Также любим красота. Также пытаемся уловить самый-самый красивейший момент на своих телефонах.

15 ноя в 8:30

Новгородский музей-заповедник

Света, это очень радует! Пусто больше будет таких внимательных и неравнодушных новгородцев!

15 ноя в 12:21

Светлана Смирнова

Впервые побывала в вашем чудесном городе на экскурсии. Я влюбилась в этот незабываемый город, хочу побывать ещё.

17 ноя в 0:14

Материал об обитателях Соколиного двора — одного из подразделений музея:

На Соколином дворе живет один талантливый актер, который мог бы возглавить пернатую антрепризу и претендовать на премию Золотая маска! Один раз к сотрудникам Соколиного двора прибежали испуганные посетители и наперебой в красках начали рассказывать, как ворон, схватившись за крыло, метался по клетке, а затем замертво упал на пол! Сбежавшаяся толпа сочувствующих была не менее удивлена чудесному воскресению Топы, который спокойно разгуливал по клетке, получив то, что желал — внимание посетителей!

Ольга Журавлева

У меня подруга такая, без внимания родных и друзей на стенку лезет, одна надолго вообще не может оставаться..

15 ноя в 15:33

Новгородский музей-заповедник

Ольга, им с Топой нужно подружиться!

16 ноя в 10:56

Обновляемость — информация страницы регулярно пополняется, ежедневно публикуются от одного до четырех постов. Поиск на сайте типичен для ВК, соответственно, не очень удобно искать материал, вышедший некоторое время назад.

Ориентация на аудиторию — страница ВК информативна, полезна, проста в работе и привлекательна для посетителей благодаря большому количеству иллюстративного материала. Навигация в новостных материалах, представляющих основное содержание страницы, в случае временной удаленности события, требует времени. Пользователей привлекают викторинами и розыгрышами призов (чаще всего это билеты музейные события).

Викторина, посвященная охотничьим пристрастиям Н. А. Некрасова:

В Доме-музее Н. А. Некрасова (г. Чудово) сохранились игральные карты с охотничьими пословицами и поговорками. Продолжите выражение на одной из них: «Был бы ловец ...»

заяц будет

ружьё будет

охота будет

Проголосовал 51 человек

Новгородский музей-заповедник:

Правильный ответ: «Был бы ловец, а ружьё будет»

13 дек в 8:35

Пользователи могут оставить обратную связь, прокомментировав представленный материал, или, как минимум, прочитав его — в дальнейшем будет отражаться число просмотров.

Пример материала с достаточно высоким числом просмотров:

Ювелирное искусство V–XIX вв.

Новгородский музей-заповедник

4 175 просмотров

♥107

Оценили 107 человек

Страница содержит достаточное количество средств, существующих для того, чтобы пользователи дать свои комментарии или смогли связаться с сотрудниками и службами музея. Благодаря комментариям посетители могут опосредованно вносить свой вклад в содержание страницы, так как значимые комментарии могут быть опубликованы отдельно.

К слову, официальный сайт содержит специальную вкладку — *Обратная связь*: «Мы благодарны за ваши тёплые отзывы на сайте нашего центра учреждения!»

Мы растём и меняемся вместе с вами, чтобы сохранить нашу великую историю и популяризировать искусство!» Таким образом, в процессе коммуникации акценты становятся более личностно-ориентированными, а посетители музея чувствуют свою значимость.

Тёплые отзывы с официального сайта <https://novgorodmuseum.ru/visit/otzyvu> становятся частью музейной истории:

Татьяна Шарапова

Спасибо сотрудникам Детского музейного центра, наша семья не пропускает ни одного праздника. Такие творческие, весёлые, образовательные мероприятия наши дети ждут с нетерпением. Покидая площадку, ищем анонс следующего Веселья!!!! Творческих успехов всем сотрудникам центра, а детям-счастья от встречи с ними!!!! Спасибо.

8 июня в 16:43

Елена Кузьмина

Мне тут свезло, так свезло. Коллега, который специализируется на музейной тематике, отбыл в командировку, и мне представилась редкая возможность вместо него отправиться на редакционное задание в Новгородский музей.

И что это было за задание! Реставрация новгородских икон. Теперь её выполняют здесь с использованием современного немецкого оборудования Leica, которое приобрели попечители музея. Прекрасная оптика, которая позволяет рассмотреть красочные слои древних икон во всех деталях.

14 июля 2022 в 18:36

Таня Завьялова

Новгородский музей-заповедник <https://vk.com/ngotz> подарил мне приглашение в любой музей Великого Новгорода и памятные сувениры в честь

Юбилея музея-усадьбы А. Суворова. С чего такие подарки, спросите вы. А все дело в том, что я подписана на телеграм-канал музея и среди подписчиков как раз и разыграли эти подарки.

29 окт 2022 в 16:26

Музей тоже благодарит посетителей за интерес и активность:

НОЧЬ МУЗЕЕВ 2022 в Новгородском музее

22 мая 2022 в 0:01

И традиционное фото засыпающего кремля. Ночь музеев в Новгородском музее-заповеднике завершена. Спасибо всем, кто считал сегодня шаги и столетия, внимал и созидал. Вы — лучшие посетители!

Реактивность

Значимой чертой групп в социальных сетях является возможность контакта с пользователями, которые могут оставить вопрос и получить быстрый информативный ответ. Обычно вопросы касаются времени и стоимости и места проведения музейных программ, как здесь:

5 счастливчиков смогут ВЫУГРАТЬ бесплатный приглашенный на «Новогодние чудодейства Деда Трескуна!»

Евгения Куринная

А программа на улице или внутри?

20 дек в 12:20

Новгородский музей-заповедник

Евгения, здравствуйте! Программа внутри, в помещении!

Работу реставраторов оценили по достоинству:

На выставке представлена кукла «Маша» (СССР, 1950-е гг.) из фонда игрушки Новгородского музея-заповедника после проведенных реставрационных работ. Автор реставрации — Мария Федотова, художник-реставратор комбинированных материалов.

Светлана Берман

Надо же. Кукла прям умершая на одном фото и счастливая на финальном)

8 дек в 21:02

Новгородский музей-заповедник

Светлана, умелые руки и любовь реставратора творят чудеса!

10 дек в 12:52

Светлана Берман ответила Сообществу

Новгородский музей-заповедник, точно

10 дек в 12:57

Ответы не всегда отвечают требованиям информативности, но не выходят за рамки стандартной вежливости:

С 22 сентября в Главном здании музея (зд. Присутственных мест, Кремль, 4) начинается работа масштабный межмузейный выставочный проект «Викинг. Путь на Восток».

Лена Васильева

почему на открытие нельзя было прийти? бесплатные дни посещения отменены?

22 сен в 22:37

Новгородский музей-заповедник

Лена, в этот день территория Кремля была открыта только для сотрудников и аккредитованных представителей СМИ в связи с приездом президента РФ.
23 сен в 10:48

Лена Васильева ответила Сообществу

Новгородский музей-заповедник, и что? 😊 у вас написано открытие 22 сентября. Я думаю, дело в деньгах, как обычно. Это для вас 200 руб не деньги. Для пенсионеров, и не только, деньги. Это не падение метеорита, чтобы открытие перенести нельзя. Но для ыкс очень удобно. Противно
23 сен в 16:28

Новгородский музей-заповедник ответил Лене

Лена, сожалеем, что данные обстоятельства вызвали у Вас такие эмоции.

25 сен в 20:00

Лена Васильева ответила Сообществу

Новгородский музей-заповедник, какие же эмоции может вызвать пренебрежение, которое выразилось и в этой фразе? Я наивно подумала, что вы о своём поведении сожалеете. Обстоятельства ни при чем.
25 сен в 22:32

Пользователи могут обмениваться информацией, задавать уточняющие вопросы друг другу, вступать в дискуссии:

Как объяснить детям, в какое время жили их бабушки и дедушки? Лучше один раз увидеть!

В Музее истории г. Боровичи и Боровичского края открылась выставка «СССР. К 100-летию образования».

Лаура Кузина

Даже увидев всё это нынешние дети не поймут в какой прекрасной стране мы выросли и какое у нас было классное детство и юность. Это не прочувствовать в музеях
27 ноя в 16:38

Елена Демидова ответила Лауре

Лаура, вот подумала сейчас — хорошо бы по ходу экскурсии включать записи пионерских песен и «Пионерскую зорьку». Можно в качестве динамика использовать радиоприемник советский простенький. Люди, дарю идею, может и пригодится
Пионерская зорька
27 ноя в 19:10

Пример профессионального запроса:

Николай Пономарёв

Подскажите литературу для более углубленного изучения храма Благовещения XII века??
9 дек в 18:00

Новгородский музей-заповедник

Николай, рекомендуем посмотреть видео <https://yandex.ru/video/touch/preview/596194497628127..>
9 дек в 19:40

Николай, или почитайте информацию на нашем сайте <https://novgorodmuseum.ru/muzei/cerkovblagoveshcheni..>

Самое большое количество комментариев собрал материал, предлагающий придумать подпись к фото с изображением прогулки кота по Кремлю:

Предлагаем вам придумать подпись к фотографии. Самый оригинальный и остроумный вариант будет вознагражден 🎁

98 комментариев

Катя Борисенок

Эй, не подходите близко,

Я тигрёнок, а не киска 😊

30 мая в 9:52

Мария Клапатнюк

Ночь собирается, и начинается мой дозор...

30 мая в 9:54

Любовь Макуха

За мной кремлёвская стена

Иду вперёд, не зная сна

Не ведаю что ждёт.

я просто кот.

30 мая в 9:56

Таким образом, изучение музейной страницы Вконтакте выявляет коммуникационную трансформацию, которая относится не только к внешним представлениям, но и смыслу. Цифровые медиа, возможность чувствовать себя «на связи» и ускоренный информационный обмен будут все более значимы в политическом, социальном и культурном отношении. Эксперты отмечают и то, что креативность как качество и как инструмент будет играть все большую роль и значение не только в креативных индустриях, но прежде всего в коммуникациях [8].

Чтобы конкурировать в сфере культуры и досуга и привлекать различные группы посетителей, музеям приходится использовать приемы, более характерные для коммерческого сектора. Для того, чтобы не допустить сокращения аудитории, диапазон музейных продуктов за последние десятилетия расширился: от дополненной реальности и проведения театрализованных экскурсий и образовательных программ, до освоения издательского сегмента и блогосферы. Пользуются популярностью фуд-фестивали и сувенирная продукция, сопровождающие значимые выставки, но использование подобных приемов привлечения аудитории ставит музей «в очередь» за театрами, книжными магазинами и кафе — за театральным представлением скорее пойдут в театр, профессиональные издательства эффективнее освоют книжный рынок и для знакомства с аутентичной кухней музей тоже не самое очевидное место. Следовательно, музей должен разработать и представить на суд публики собственный уникальный продукт, для развития которого важны понимание запросов аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иванова С. В. Медиа в условиях коммуникационно-го изобилия и «новой нормальности» / С. В. Иванова // Вест-

ник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2022. — № 2. — С. 123–125.

2. Федюнин Д. В. Современные особенности построения цифровых коммуникаций и их эффективность / Д. В. Федюнин, Н. Ю. Гончарова // Практический маркетинг. — 2012. — № 11(189). — С. 28–34.

3. Крюкова Н. А. Медиакультура и ее роль в современном информационном обществе / Н. А. Крюкова // Омский научный вестник. — 2013. — № 5(122). — С. 226–228.

4. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. — М., 2004.

5. Основы законодательства Российской Федерации о культуре от 9 октября 1992 г. — Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102018866> (дата

обращения: 10.01.23).

6. Goertz (1995). Wie interaktiv sind die neuen Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität. [How interactive are the new media? On the way towards a definition of interactivity]. Rundfunk und Fernsehen, 43, 477–493 p.

7. Колесникова В. В. Музыкальная журналистика Воронежской области в период пандемии: визуализация контента в социальных сетях / В. В. Колесникова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2022. — № 2. — С. 131–133.

8. Новая цифровая реальность: какими будут коммуникации в 2021 году — Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/190831-novaya-cifrovaya-realnost-kakimi-budut-kommunikacii-v-2021> (дата обращения: 10.01.23).

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Рыжкова О. А., аспирант кафедры журналистики

E-mail: utjhubq2006@yandex.ru

*Novgorod State University named after Yaroslav the Wise
Ryzhkova O. A., Postgraduate Student of the Department
of Journalism*

E-mail: utjhubq2006@yandex.ru