

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID_2019

Аннотация. Определен характер медиапотребления россиян в период пандемии covid_19. Рассмотрены популярные сетевые каналы коммуникации и альтернативные формы досуга в условиях самоизоляции. Выявлены характерные особенности цифровой трансформации российских СМИ. Спрогнозировано влияние новых медиа на дальнейшее развитие процессов массовой коммуникации.

Ключевые слова: пандемия Covid-19, цифровая трансформация, СМИ и социальные медиа, коммуникация, сетевое пространство, инфодемия

Социальные потрясения, происходящие в современном обществе, выступают драйверами глобальных трансформационных процессов, меняющих привычные коммуникации людей. Одним из вызовов XXI века стала пандемия новой коронавирусной инфекции. Ее стремительное распространение привело к резкому сокращению физических контактов между людьми, заставив их выстраивать межличностное взаимодействие и досуг в сетевом пространстве. Уже сейчас можно наблюдать ряд ключевых трендов, затронувших сферу массовых коммуникаций в период пандемии [1].

С введением режима самоизоляции многие сферы жизнедеятельности человека оказались частично или полностью перенесены в виртуальную среду, взаимодействие в которых стало более интенсивным. Цифровые технологии стали более востребованными и в других отраслях экономики, включая сетевые коммуникации, торговлю и финансы, образование и медицину, электронное правительство.

Находясь на карантине, люди вынуждены проводить большую часть досуга с гаджетами, что кардинально изменило характер и масштаб медиапотребления. По данным Mediascope, 28% россиян увеличило время пользования интернетом, а всего в мае-июле 2020 года численность пользователей насчитывалось 95 млн человек (78% населения)[2].

Привычные формы досуга уступили место дистанционным альтернативами. Согласно опросам ВЦИОМ, в течение «карантинных

месяцев» 46 % россиян чаще всего смотрели онлайн фильмы, спектакли и слушали музыку, 45% общались в чатах и мессенджерах, 44% смотрели новости в интернете, 26 % уделили внимание самообразованию и 19 % - чтению электронных книг [3].

В качестве инструментов сетевого общения оказались востребованы онлайн-вебинары, видеоконференции, тематические встречи в «Skype» или «Zoom». Люди все чаще выбирают стриминговые сервисы, отказываясь от кабельного телевидения. Согласно оценкам «SA Media Group», прирост аудитории онлайн-сервисов составил около 53% за время изоляции [4].

В условиях пандемии новые медиа стремительно вытесняют традиционные СМИ. Мобильные мессенджеры, социальные сети и платформы интернета теперь служат основным источником информации и каналом связи с внешним миром. Молодежь отдает предпочтение соцсетям, видеоблогам, новостным сайтам, популярным Telegram-каналам. При этом их информационный контент становится более многообразным и дифференцированным, учитывает интересы и возрастные характеристики аудитории. Кроме того, возрастает активность пользователей как создателей контента [5].

Падение доверия к традиционным СМИ и органам власти подогревают фейковые новости, распространение которых явилось серьезной проблемой для цифровых медиа. Рост полицейских функций государства в обстановке эпидемиологической нестабильности порождает протестные настроения, катализатором которых часто выступают соцсети [6].

Итак, пандемия Covid-19 оказала существенное влияние развитие СМИ. Цифровые каналы коммуникации продолжают наращивать аудиторию, а индустрию телевидения и печатных изданий ждет падение спроса и доходов. Но открываются новые возможности досуга, индустрии развлечений. Бурный рост активности и пользовательского контента в соцсетях повышает ответственность индивидов за цифровую трансформации общества. Переосмысливая опыт, приобретенный в период пандемии, важно изучать новые тренды, отражающие специфику медиапотребления каналов цифровой коммуникации [7].

Список литературы

1. Global Web Index 2020: как пандемия изменила социальные сети//[электронный ресурс] 21/09/ 2020
URL: <https://news.pressfeed.ru/global-web-index-2020-kak-pandemiya-izmenila-socialnye-seti/>
2. Mediascope представила данные об аудитории интернета в России//Mediascope [электронный ресурс]

URL: <https://mediascope.net/news/1209287/>

3. Медиа и пандемия: что смотрят и кому доверяют россияне//Sostav.ru [Электронный ресурс]

URL: <https://www.sostav.ru/publication/media-i-pandemiya-43356.html>

4. Медиарынок 2020: пандемия, e-commerce и трансформация контента // Sostav.ru [Электронный ресурс] –

5. Коломийцева е. Ю. Новые медиа в пандемию: пути трансформации//Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева,2021

6. Малышева Г. А. Социально-политические аспекты пандемии в обществе цифровой сетевизации: российский опыт//Вестник Московского государственного областного университет, 2020

URL.: <https://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2020-46499.html>

7. СРИФ.Онлайн 2020: COVID-коммуникация. Новая реальность [электронный ресурс]

<https://2020.rif.ru/online/5739>