

Трансформация коммуникационных процессов пользователей в сетевом пространстве в период пандемии коронавирусной инфекции

Цель. Выявить особенности цифровой трансформации коммуникационных процессов в условиях пандемии Covid-19.

Методы исследования. Вторичный анализ социологических и статистических данных и контент-анализ российских социальных медиа за 2020 г.

Результаты. Определен характер медиапотребления россиян в период пандемии. Изучены популярные сетевые каналы коммуникации и альтернативные формы досуга в условиях пандемии. Определены позитивные и негативные последствия цифровизации СМИ. Спрогнозировано влияние пандемии на дальнейшую трансформацию 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.

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).

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.

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.

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.

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.

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.