



ВХОД

IP-адрес
компьютера:
46.32.67.249

Название
организации:

не определена
Имя пользователя:

Пароль:

Вход

- Запомнить меня
- [Правила доступа](#)
- [Регистрация](#)
- [Забыли пароль?](#)

КОРЗИНА

Всего в корзине: **0** публ.
на сумму: **0** руб.

[Содержание корзины](#)

ПОИСК

Найти

[Расширенный поиск](#)

НАВИГАТОР

- [ЖУРНАЛЫ](#)
- [КНИГИ](#)
- [ПАТЕНТЫ](#)
- [ПОИСК](#)
- [АВТОРЫ](#)
- [ОРГАНИЗАЦИИ](#)
- [КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА](#)
- [РУБРИКАТОР](#)

[Начальная страница](#)

СЕССИЯ

Имя пользователя:
Незарегистрированный пользователь

eLIBRARY
ID: [46299853](#)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАСФЕРЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

УСТЕЛЁМОВ В.А.¹

¹ ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

Тип: статья в сборнике трудов конференции Язык: русский Год издания: 2021

Страницы: 306-310

УДК: 070

ИСТОЧНИК:

[НОВЫЕ МЕДИА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ](#)

Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции. Под редакцией Л. Е. Виноградовой, Е. Н. Туголуковой. Санкт-Петербург, 2021
Издательство: [Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна](#) (Санкт-Петербург)

КОНФЕРЕНЦИЯ:

НОВЫЕ МЕДИА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ
Санкт-Петербург, 05–09 апреля 2021 года

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

[НОВЫЕ МЕДИА](#), [СМИ](#), [ЖУРНАЛИСТИКА](#), [МУЛЬТИМЕДИА](#), [КОНТЕНТ](#), [АУДИТОРИЯ](#), [КОММУНИКАЦИЯ](#), [ИНФОРМАЦИЯ](#), [ТЕНДЕНЦИИ](#)

АННОТАЦИЯ:

В данной статье рассматриваются тенденции, сопровождающие формирование новых медиа в современном информационном пространстве. Приводятся причины и последствия, обусловленные влиянием мультимедиа на процессы коммуникации между обществом, личностью и государством. Раскрыты отличительные свойства новым форм массмедиа и характер их восприятия целевой аудиторией

БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

	Входит в РИНЦ®: да		Цитирований в РИНЦ®: 0
	Входит в ядро РИНЦ®: нет		Цитирований из ядра РИНЦ®: 0
	Норм. цитируемость по направлению:		Дециль в рейтинге по направлению:
	Тематическое направление: Media and communication		
	Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации / Журналистика		
	Рубрика ГРНТИ:		

АЛТМЕТРИКИ:

	Просмотров: 0 (0)		Загрузок: 0 (0)		Включено в подборки: 0
	Всего оценок: 0		Средняя оценка:		Всего отзывов: 0

ОПИСАНИЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ:

ИНСТРУМЕНТЫ

[▶ Прозереть содержание сборника](#)

Загрузить:

[⬇️ Полный текст \(PDF\)](#)

[✉️ Отправить публикацию по электронной почте](#)

[▶ Добавить публикацию в подборку](#)

Новая подборка

[▶ Редактировать Вашу заметку к публикации](#)

[▶ Обсудить эту публикацию с другими читателями](#)

[▶ Показать все публикации этого автора](#)

[▶ Найти близкие по тематике публикации](#)

IP-адрес компьютера:
46.32.67.249

Название
организации:
не определена

Начало работы:
13.10.2021 21:48

Время работы:
00:18

- [Личный](#)
- [кабинет](#)
- [Закрывать сессию](#)

КОНТАКТЫ

Служба поддержки:
(7-495) 544-2494 доб.
1
support@elibrary.ru

Издателям
журналов:
(7-495) 544-2494 доб.
2
publish@elibrary.ru

Издателям книг:
(7-495) 544-2494 доб.
3
book@elibrary.ru

DOI для
издательств:
(7-495) 544-2494 доб.
7
doi@elibrary.ru

Организациям
(Science Index):
(7-495) 544-2494 доб.
4
org@scienceindex.ru

Доступ к API:
(7-495) 544-2494 доб.
7
api@elibrary.ru

Подписчикам:
(7-495) 544-2494 доб.
8
sales.team@elibrary.ru

Конференции,
семинары:
(7-495) 544-2494 доб.
5
conf@elibrary.ru

Почтовый адрес:
[117246, г. Москва,
Научный проезд, д.
14А, стр. 3, таунхаус](#)
1

Веб-сайт:
<https://elibrary.ru>

Размещение
рекламы:
reklama@elibrary.ru

- [Схема проезда](#)
- [Задать вопрос](#)

i По всем вопросам,
связанным с
работой в системе
Science Index,
обращайтесь,
пожалуйста, в
службу
поддержки:

7 (495) 544-2494
support@elibrary.ru

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MEDIA SPHERE IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE

Ustelemov V.A.¹

¹ Saint Petersburg State University

This article examines the trends that accompany the formation of new media in the modern information space. The reasons and consequences caused by the influence of multimedia on the processes of communication between society, the individual and the state are given. The distinctive features of the new forms of mass media and the nature of their perception by the target audience are revealed

Keywords: [new media](#), [mass media](#), [journalism](#), [multimedia](#), [content](#), [audience](#), [communication](#), [information](#), [trends](#)

ВАША ЗАМЕТКА:

ОБСУЖДЕНИЕ:

 [Добавить новый комментарий к этой публикации](#)

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»**

Городской студенческий пресс-центр Санкт-Петербурга

НОВЫЕ МЕДИА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Сборник научных статей по материалам
Международной научно-практической конференции
Санкт-Петербург, 2021 г.

Под редакцией Л. Е. Виноградовой, Е. Н. Туголуковой

Санкт-Петербург
2021

УДК 070:374.32(063)

ББК 76.0:66.75я43

Н76

Н76 Новые медиа для современной молодежи: матер. Междунар. научно-практ. конф./ под ред. Л. Е. Виноградовой, Е. Н. Туголуковой: сб. научн. ст. – СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2021. – 330 с.

ISBN 978-5-7937-1416-7

В сборник «Новые медиа для современной молодёжи» вошли статьи студентов, аспирантов и сотрудников вузов России, специалистов по работе с молодёжью, сотрудников Домов молодежи, подростковых центров и т. д. Темы статей связаны с созданием, развитием и разными форматами молодёжных СМИ. Сборник подготовлен по материалам Международной научно-практической конференции «Новые медиа для современной молодёжи», которая проводится в рамках Международного молодёжного форума СМИ «Медиа-старт». Организатор форума – Городской студенческий пресс-центр Санкт-Петербурга, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна. Подробно: на сайте www.studpressa.ru

УДК 070:374.32(063)

ББК 76.0:66.75я43

ISBN 978-5-7937-1416-7

© ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2021

<i>Устелёмов В. А.</i> Тенденции развития медиасферы в условиях глобального информационного пространства.....	306
<i>Устименко А. К.</i> Актуальность визуального искусства на новой медиа платформе на примере блогеров социальной сети Instagram.....	311
<i>Черкалина К. Ю.</i> Принципы постановки технического задания при проектировании продающего веб-дизайна сайта для бизнеса.....	322

государственного областного университет, 2020 URL: <https://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2020-46499.html> (дата обращения: 17.03.21)

7. СРИФ.Онлайн 2020: COVID-коммуникация. Новая реальность. URL: <https://2020.rif.ru/online/5739> (дата обращения: 17.03.21)

УДК — 070

В. А. Устелёмов

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

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАСФЕРЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

В данной статье рассматриваются тенденции, сопровождающие формирование новых медиа в современном информационном пространстве. Приводятся причины и последствия, обусловленные влиянием мультимедиа на процессы коммуникации между обществом, личностью и государством. Раскрыты отличительные свойства новым форм массмедиа и характер их восприятия целевой аудиторией

Ключевые слова: новые медиа, СМИ, журналистика, мультимедиа, контент, аудитория, коммуникация, информация, тенденции

V. A. Ustelemov

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MEDIA SPHERE IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE

This article examines the trends that accompany the formation of new media in the modern information space. The reasons and consequences caused by the influence of multimedia on the processes of communication between society, the individual and the state are given. The distinctive features of the new forms of mass media and the nature of their perception by the target audience are revealed

Keywords: new media, mass media, journalism, multimedia, content, audience, communication, information, trends

Цифровизация стремительно изменяет систему информационных связей во всех сферах современного общества. Наиболее заметно это проявляется в журналистике, которая становится важнейшим способом социальной коммуникации. Анализ процессов, происходящих в медиа за последние двадцать лет, позволяет выделить ряд тенденций, оказывающих значительное влияние на информационное пространство России.

Прежде всего, появляются новые форматы СМИ, о чем убедительно излагается в научных работах исследователей мировой журналистики А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилова, А.П. Короченского, Ю.В. Лучинского, А.И. Станько [1, с. 140]. На смену традиционной бумажной прессе, радио и телевидению приходят социальные медиа, выстраивающие с помощью цифровых технологий новые, дистанционные каналы коммуникации с аудиторией. Их характерная особенность – слияние способов предоставления и передачи информации - вербального текста, фотографии, аудио, видео, графики, анимации и других форм, что создает информационное пространство глобальной массмедиа культуры.

Рост популярности специализированного контента, генерируемого цифровыми медиа, изменяет процесс межкультурной коммуникации, позволяя использовать различные форматы общения. В таком медиaprостранстве человек сам является активным участником производителем и дистрибьютором информации. Благодаря этому увеличивается скорость ее обработки, но снижается глубина восприятия, становится сложно выбирать необходимый массив контента. Поэтому деятели медийного поля вынуждены искать инновационные способы передачи такого контента и взаимодействия с его потребителями [2, с. 197-198]

Удобным каналом для коммуникаций и обмена информацией стал интернет и цифровые платформы, включая сайты социальных медиа (YouTube и Twitter), поисковые системы (такие как Яндекс, Baidu, Naver), месенджеры (WeChat, Viber, WhatsApp, KakaoTalk) и онлайн-потокосвые службы (Netflix), умные алгоритмы которых автоматически подстраиваются под индивидуального пользователя. Выступая универсальным инструментом распространения массовой информации, они позволяют обеспечить свободный доступ к ресурсам связи и сокращают время и на получение полезной информации. Среди других преимуществ новых медиа можно отметить широкую аудиторию пользователей, высокую скорость передачи информации, отсутствие цензуры, многообразие форм и видов предоставляемого контента, а также возможность его потребления в режиме реального времени [2, с. 193-194]

Появление разнообразных новых форм медиа обусловило их высокую конкуренцию и коммерциализацию. Эта тенденция наглядно отражена в трудах ряда российских ученых: Я. Н. Засурского, Е.П. Прохорова, Е.Л. Вартанова, П.Н. Киричек, И.В. Кузнецова, С.А. Михайлова, Г.С. Мельник, А.А. Тертычного, С.Г. Корконосенко и др. [3, с.141] Производство информации становится услугой, а сам контент – самым ценным товаром на рынке информационных ресурсов. Данная тенденция может иметь как позитивные, так и негативные последствия. Так, приоритет коммерческих интересов над информационными интересами аудитории, что может повлечь за собой нарушение свободы слова, сокращение плюрализма мнений, чрезмерное лоббирование интересов отдельных социальных групп. Кроме того, присущее такому процессу перепроизводство новостей зачастую снижает качества информационного продукта, затрудняет нахождение ценности контента среди «информационного мусора», а также формирует благоприятную почву для искажения фактов и распространения недостоверных сведений. Подходящим примером может выступать распространение стандартов желтой журналистики, увеличивающее перевес развлекательного контента в общем информационном потоке [4, с. 10].

Вместе с тем, стремительный рост конкуренции за внимание целевой аудитории приводит к производству мультимедийного контента, способного удержать внимание аудитории и при этом донести основную информацию за ограниченное время. Ключевым фактором восприятия информации становится ее наглядность, визуальное отображение окружающей действительности, воздействие на чувства и эмоции аудитории. Поэтому массовый потребитель все чаще переключается на контент, не требующий длительного осмысления, но насыщенный динамикой и элементами дополненной реальности [5, с. 7]. Такими свойствами обладают блоги, фоторепортажи, формы опросов, инфографика, лонгриды, слайд-шоу, подкасты, интерактивный телемост, видео- и аудиокomentarии., виртуальные игры. Это дает толчок для развития рекламных продуктов и продвижения различных услуг через новые медиа, но также вынуждает производителей контента подстраиваться под меняющиеся предпочтения целевой аудитории и ориентироваться на популярные тренды. Следуя им, владельцы информационных ресурсов получают возможность формировать осознанную модель поведения аудитории, управлять массовым спросом, прогнозировать характер потребления контента [6, с. 204].

К сожалению, такое положение несет риски информационной безопасности, повышая уязвимость личных данных широкой общественности, а также случаи манипуляции массовым сознанием. Особенное негативное воздействие на информационное пространство

оказывают фейковые новости, ставшие наиболее распространенным проявлением информационных войн [3, с. 18].

Отсюда можно вывести и другой актуальный тренд – возрастающую роль СМИ в социально-политических процессах. С одной стороны, открываются новые, перспективные возможности для лоббирования общественных интересов. Появляются независимые медиа, которые не подчиняются государству. С другой, это влечет усиление цензуры и подконтрольности официально зарегистрированных медиа, что объясняет их активное вовлечение в решение государственных задач, включая формирование удобной властям позиции среди граждан. Все это резко снижает их доверие к традиционным информационным ресурсам, подстегивая распространение альтернативных средств массовой коммуникации, таких как интернет-блоги и социальные сети [3, с. 15]. Они активно завоевывают рейтинги и становятся основным источником информации, особенно для молодежи.

Осознавая необходимость использования информационных ресурсов для формирования общественного мнения среди «поколения Z», государство стремится увеличить объем производства мультимедиа контента, а также проводит попытки адаптировать традиционный СМИ под новый формат. Как следствие, появляются узких специализации внутри журналистики, позволяющий оперативно готовить разнообразный инфопродукт, востребованный в кросс-культурной среде. При этом для успешной деятельности в СМИ журналисту становится важным иметь универсальные компетенции, позволяющие совмещать сразу несколько ролей [2, с. 198]. В свою очередь, это требует новых подходов к образовательным стандартам в журналистике, внедрению инновационных и интерактивных методик обучения в высших учебных заведениях.

Таким образом, выявленные тенденции объясняют характер влияния процессов глобализации на развитие мировых СМИ. Безусловно, данная трансформация затрагивает не только медиа, но другие сферы, связанные с ведением массовых коммуникаций. А это указывает на необходимость дальнейшего изучения процессов, происходящих в информационном пространстве. Очевидно, что продолжающиеся изменения в нем создают как новые возможности, так и таят потенциальные угрозы, обусловленные растущим воздействием медиаконтента на социальные институты и нередкими их попытками вмешаться на личную жизнь граждан [1, с. 143]. Следовательно, для достижения позитивного эффекта указанных тенденций и предотвращения их негативных последствий мировому сообществу предстоит внимательно отслеживать постоянно изменяющиеся тренды масс-медиа и совершенствовать качество подготовки квалифицированных журналистских кадров, способных вести грамотную информационную политику. Объединив усилия государства, СМИ и

граждан, можно обеспечить поступательное развитие новых медиа, несущих перспективные возможности для дальнейшего выстраивания социальных коммуникаций на благо человечества.

Список литературы:

1. Козлов С. Г. Основные тенденции развития СМИ в условиях формирования глобального информационного пространства// Среднерусский вестник общественных наук № 4, с. 140—144, 2008
2. Бирюлин И.В. О роли новых медиа в трансформации информационного пространства России / И.В. Бирюлин //Вестник Саратовской государственной юридической академии. -Саратов: Саратовская государственная юридическая академия.- 2020.-С. 191-199
3. Землянский А. В. Журналистика в 2020-2021 годах: тенденции//Наука и школа, № 3, с. 11 -21., 2020 г.
4. Тенденции развития медиаиндустрии России на современном этапе/Антонова Ирин М., Елисеева Ю. А.// Петербургский экономический журнал., СПб.,с. 73-75, 2020
5. Медиафера: тенденции и перспективы развития: материалы первой - третьей научно-практических конференций, 27 февраля 2014 г., 17 апреля 2015 г., 19 ноября 2015 г. / Под ред. д-ра соц. наук, доц. А. А. Маркова. – СПб.: ФГБОУВО СПбГЭУ, 2016. – 65 с
6. Плахтий, И. С. Развитие медиапространства в современном обществе / И. С. Плахтий. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 17 (151). — С. 204-207. — URL: <https://moluch.ru/archive/151/42922/> (дата обращения: 15.11.2020).