



СТУДПРЕССА
ГОРОДСКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО
ПРЕСС-ЦЕНТРА
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



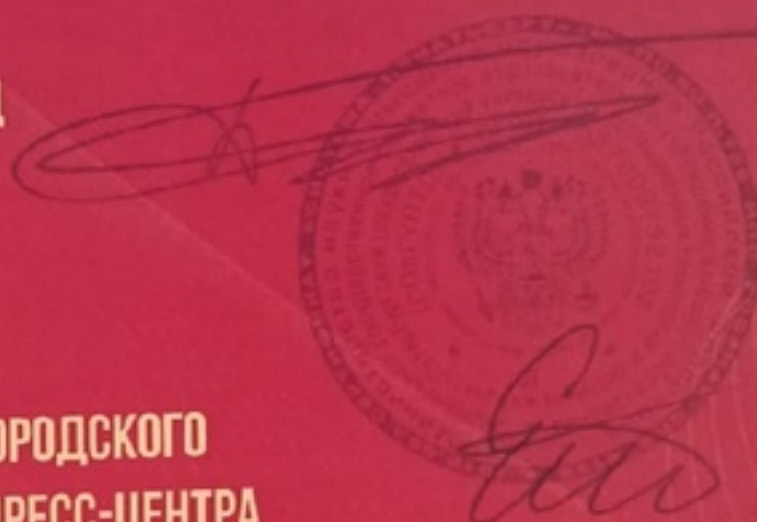
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА
ГОРОДСКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО ПРЕСС-ЦЕНТРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

СЕРТИФИКАТ УЧАСТНИКА

ПАНЕЛЬНОЙ ДИСКУССИИ "МЕДИАТRENДЫ 2021" В РАМКАХ
9-ГО МЕЖДУНАРОДНОГО МОЛОДЁЖНОГО ФОРУМА СМИ "МЕДИА СТАРТ"

Устилюмов Владислав Матвеевич

РЕКТОР СПБГУПТД



А. В. ДЕМИДОВ

РУКОВОДИТЕЛЬ ГОРОДСКОГО
СТУДЕНЧЕСКОГО ПРЕСС-ЦЕНТРА
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Е. Н. ТУГОЛУКОВА



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](#)

- [▶ Вернуться в список результатов запроса](#)
- [▶ Следующая публикация](#)
- [▶ Предыдущая публикация](#)

Загрузить:

- [⬇ Полный текст \(PDF\)](#)
- [✉ Отправить публикацию по электронной почте](#)

- [▶ Добавить публикацию в подборку](#)

- [▶ Редактировать Вашу заметку к публикации](#)
- [▶ Обсудить эту публикацию с другими читателями](#)
- [▶ Показать все публикации этого автора](#)
- [▶ Найти близкие по тематике публикации](#)



ВХОД

IP-адрес компьютера:
46.32.67.249

Название организации:
не определена

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
IP-адрес компьютера:

eLIBRARY
ID: [46299852](#)

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-2019

УСТЕЛЁМОВ В.А.¹

¹ ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

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

Страницы: 303-306

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:

[ПАНДЕМИЯ COVID-19](#), [ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ](#), [СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА](#), [КОММУНИКАЦИЯ](#), [СЕТЕВОЕ ПРОСТРАНСТВО](#), [ИНФОДЕМИЯ](#)







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.

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:		

АЛЬТМЕТРИКИ:

	Просмотров: 0 (0)		Загрузок: 0 (0)		Включено в подборки: 2
	Всего оценок: 0		Средняя оценка:		Всего отзывов: 0

ОПИСАНИЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ:

TRANSFORMATION OF MASS COMMUNICATIONS AND MEDIA
CONSUMPTION IN THE NETWORK SPACE IN THE CONTEXT OF THE
COVID-2019 PANDEMIC

Ustelemov V.A.¹

¹ Saint Petersburg State University

The nature of media consumption of Russians during the covid-19 pandemic is determined. Popular network communication channels and alternative forms of leisure in conditions of self-isolation are considered. The characteristic features of the digital transformation of the Russian media are revealed. The influence of new media on the further development of mass communication processes is predicted.

Keywords: [COVID-19 pandemic](#), [digital transformation](#), [mass media and social media](#), [communication](#), [network space](#), [infodemia](#)

ВАША ЗАМЕТКА:

ОБСУЖДЕНИЕ:

 [Добавить новый комментарий к этой публикации](#)

46.32.67.249

Название
организации:

не определена

Начало работы:

13.10.2021 21:48

Время работы:

00:17

[Личный](#)

■ [кабинет](#)

■ [Заккрыть 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](#)

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

7 (495) 544-2494

support@elibrary.ru

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



***Виноградова
Людмила Егоровна,
Начальник Управления
по воспитательной работе
СПбГУИТД***



***Катерина Туголукова,
руководитель Городского
студенческого пресс-центра,
основатель и директор
форума «Медиа-старт»***

Городской студенческий пресс-центр Санкт-Петербурга создан более тринадцати лет назад на базе Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна. Он объединяет творческую молодежь, журналистов, издателей, специалистов медиасферы из разных вузов и колледжей Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В рамках форума «Медиа-старт» вот уже в пятый раз проводится научно-практическая конференция. В ходе работы мы обсудим проблемы, аспекты и пути развития молодёжных СМИ, новых информационных платформ-проектов, разработку медиа совершенно нового формата.

Городской студенческий пресс-центр всегда ставил перед собой несколько основных задач, в числе которых не только развитие, поддержка и реализация молодёжных СМИ в вузах и колледжах, но и продвижение авторских молодёжных медиа.

На протяжении многих лет Пресс-центр занимается организацией и проведением целого ряда образовательных программ: Школа издательского дела и журналистики, Школа медиабизнеса, Школа ивент-бизнеса. Регулярно проводятся экскурсии в редакции ведущих СМИ города, молодые журналисты получают возможность познакомиться с профессионалами в области медиасферы. Уверены, что и форум «Медиа-старт», и научно-практическая конференция «Новые медиа для современной молодёжи» будут способствовать обмену опытом и послужат толчком для появления и развития новых современных молодёжных медиа.

СОДЕРЖАНИЕ

Абрамова Е. А. Моушн-лого, значение и тенденции развития.....	10
Автаева Н. О. Роль мультимедийных медиапроектов в популяризации традиционных ценностей.....	16
Агафонова С. М. Манипулятивные технологии в современных онлайн-СМИ.....	21
Бедарёв В. В. Анализ брифа рекламодателя.....	32
Видениктова С. Жизнь и работы Хаяо Миядзаки.....	39
Грибова Е.И. Влияние российской культуры на современный мир моды.....	46
Губина Т. И. Новый подход к рекламе религиозных организаций.....	53
Денисова М. О. Преимущества мультимедийных приложений в образовании.....	62
Дурова А. А. Новые медиа-платформы как инструмент влияния на общественное мнение.....	70
Емельянов Е. Н. Интернет рубрика как эффективный способ расширения словарного запаса молодежной аудитории.....	77
Жукова А. А. Flash-игры как прогрессирующий вид рекламы.....	82

Ильина А. Применение AR форматов в печатных СМИ.....	89
Игумнова Е. Ю. Новые медиа в современном информационно-коммуникационном пространстве: блогосфера как медиа.....	93
Кирган Д. А. Инфографика для социального проекта.....	100
Кобелёва Б. Тик Ток как идеальная рекламная площадка.....	106
Косенко А. В. Слоубёрнер-новая эпоха фильмов ужасов (2014-2019).....	113
Кузнецова Т. А. Журналистские технологии как инструмент для реализации информационных проектов патриотической направленности участниками молодежных объединений.....	120
Кузнецова Т. А. О распространении медиаграмотности в среде волонтеров на примере реализации проекта «Говорим о добром!».....	126
Кулькова А. С. Иммерсивные медиа в обучении.....	132
Куприянова П. С. Новые веяния медиапотребления среди молодежной аудитории 14-20 лет в 2020-2021 году.....	140
Литвинова О. И. Баннерная слепота как минус баннерной рекламы.....	153
Лучникова О. С. Креативная интернет-реклама как инструмент формирования бренд-лояльности в 2017-2021 годах.....	159
Майсурадзе С. С. Моушн-дизайн. Тренды 2020-2021.....	165

Макимова К. А. Возможности и развитие виртуальной и дополненной реальности в мире. Применение в киноиндустрии.....	171
Морозова С. А. Выбор успешной стратегии для размещения рекламных сообщений в печатных изданиях.....	177
Огай В. В. Современные тенденции графического дизайна в веб-формате как инструмент привлечения целевой аудитории.....	182
Павловичева В. Живая публикация.....	189
Павлова А. И. Современные социальные сети – инструмент манипуляции и управления мышлением молодежи (18-25 лет) на примере сети Instagram.....	194
Подберезных Н. В. YouTube: 15 лет со дня загрузки первого видео. Что ждать от платформы в будущем?.....	201
Панова Л. В., Лихонкина С. А. Участие в молодежном проекте «Альбом героев» как шаг к личностному пониманию истоков героизма советского солдата в годы Великой Отечественной Войны.....	206
Рахман-Хашими М. М. Новые медиа и их бизнес модели в России.....	212
Рослякова Н. В. Тенденции в социальных сетях 2021.....	215
Рыбникова О. С. Нейронные сети как инструмент продвижения бренда, посредством графического дизайна.....	218
Рябова Е. Методы психологического воздействия на аудиторию (16-20 лет) в социальной сети Instagram.....	222

Сабилова А. И. Femvertising: как реклама поддерживает женщин в борьбе за равенство.....	228
Сатуева А. А. Влияние искусства на графический дизайн.....	235
Сенчукова Д. А. Причины и последствия авторизации выпуска Интернет-версий печатных СМИ в период 2020-2021 года.....	241
Стулова А. С. Интернет-культура как новая область прав человека.....	250
Скрябина А. В. В чем секрет успеха стримингового сервиса NETFLIX?.....	258
Сузи Д. А. Продвижение аккаунта графического дизайнера в социальной сети Instagram.....	266
Тищенко В. А. Использование виртуальной реальности в рекламной сфере.....	275
Трихина А. Д. Как нейросети повлияют на будущее в дизайн индустрии.....	280
Тоницой А. С. Особенности реализации медиапроектов в вузовских СМИ (на примере проекта «Наш разворот» издания «Ступени СУРГПУ»).....	287
Турилова А. О. Студенческое телевидение как организационная форма инновационной образовательной среды университета.....	292
Удачина К. Д. Последствия пандемии в медиаиндустрии.....	297
Устелёмов В. А. Трансформация массовых коммуникаций и медиапотребления в сетевом пространстве в условиях пандемии COVID-19.....	303

<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

3. Глобальные последствия пандемии. URL: <https://www.rbc.ru/economics/22/12/2020/5fe07b829a79477bd1952397> (дата обращения: 23.03.2021)
4. Медиарынок 2020: пандемия, e-commerce и трансформация контента. URL: <https://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2020-46499.html> (дата обращения: 23.03.2021)
5. Как изоляция из-за коронавируса повлияла на онлайн-общение. URL: <https://psm7.com/technology/kak-izolyaciya-iz-za-koronavirusa-povliyala-na-onlajn-obshhenie-dannye-issledovaniya.html> (дата обращения: 23.03.2021)

УДК — 070

В. А. Устелёмов

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

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-2019

© В.А. Устелёмов, 2021

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

V. A. Ustelemov

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

TRANSFORMATION OF MASS COMMUNICATIONS AND MEDIA CONSUMPTION IN THE NETWORK SPACE IN THE CONTEXT OF THE COVID-2019 PANDEMIC

The nature of media consumption of Russians during the covid_19 pandemic is

determined. Popular network communication channels and alternative forms of leisure in conditions of self-isolation are considered. The characteristic features of the digital transformation of the Russian media are revealed. The influence of new media on the further development of mass communication processes is predicted.

Keywords: Covid-19 pandemic, digital transformation, mass media and social media, communication, network space, infodemia

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// 21/09/ 2020 URL: <https://news.pressfeed.ru/global-web-index-2020-kak-pandemiya-izmenila-socialnye-seti/> (дата обращения: 17.03.21)
2. Mediascope представила данные об аудитории интернета в России//Mediascope. URL: <https://mediascope.net/news/1209287/> (дата обращения: 17.03.21)
3. Медиа и пандемия: что смотрят и кому доверяют россияне//Sostav.ru URL: <https://www.sostav.ru/publication/media-i-pandemiya-43356.html> (дата обращения: 17.03.21)
4. Медиарынок 2020: пандемия, e-commerce и трансформация контента // Sostav.ru [Электронный ресурс] (дата обращения: 17.03.21)
5. Коломийцева е. Ю. Новые медиа в пандемию: пути трансформации//Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева, 2021. (дата обращения: 17.03.21)
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> (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-потокосые 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 случаев 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).