



**факультет
журналистики**

ДИПЛОМ

ПОБЕДИТЕЛЯ

**Всероссийской научно-практической конференции
“Проблемы массовой коммуникации: новые подходы”
(г. Воронеж, 29 октября 2021 года)**

ВЫДАН

Устелёмову

Владиславу Анатольевичу

за III место

**по итогам выступления на секции
“Интернет-СМИ”**

**Председатель оргкомитета,
декан факультета журналистики ВГУ**



В.В. Тулупов

*Воронежский
государственный университет*

**факультет
журналистики**

Проблемы массовой коммуникации: новые подходы

*Всероссийская
научно-практическая
конференция студентов и
аспирантов
(посвящается 60-летию
журналистского образования
в Воронеже)*

**29 октября 2021 г.
Воронеж**

*Оргкомитет конференции:
В.В. Тулунов, профессор, доктор
филологических наук, декан факультета
журналистики ВГУ, председатель
оргкомитета;
А.А. Кажикин, кандидат филологических
наук, зам. декана по научно-
исследовательской работе, зам.
председателя оргкомитета;
Ю.Н. Мажарина,
кандидат филологических наук;
Ю.А. Лысякова, доцент,
кандидат филологических наук;
Е.Б. Курганова, доцент,
кандидат филологических наук;
Л.С. Щукина, доцент,
кандидат филологических наук;
М.И. Цуканова, доцент,
кандидат филологических наук;
И.В. Хорошунова, доцент,
кандидат филологических наук;
Е.В. Тюрина,
кандидат филологических наук.*

*Наш адрес: 394068, г. Воронеж,
ул. Хользунова, 40а (ост. Памятник Славы),
факультет журналистики ВГУ (6-й корпус
университета). Тел/факс: (473) 213-17-56.
E-mail: vlvtul@mail.ru Web: www.jour.vsu.ru*

**Программа конференции
29 октября**

12.00 - пленарное заседание

(ссылка на онлайн-конференцию - <https://us02web.zoom.us/j/84414443519?pwd=RXlkVlQ2Z0tXNS9VSGIrd2V1M0thZz09>)

*ВИЛЕНСКАЯ К.И. (Балтийский федеральный
университет им. И. Канта; научный
руководитель - ст. преп. Друкер М.М.) -
«Феномен фейковых новостей как инструмента
информационного управления»;*

*ЖЕЛЕЗНОВА А.А. (Астраханский
государственный университет; научный
руководитель – к.ф.н., доц. Лазуткина Е.В.) -
«Использование искусственного интеллекта
в средствах массовой информации»;*

*СЕМЕНОВА Е.А. (Тамбовский
государственный университет имени
Г.Р. Державина; научный руководитель -
д.ф.н., проф. Зверева Е.А.) - «Мотивация
аудитории при помощи инструментов
адаптации и интеграции на площадках
тамбовских медиа»;*

*ГРИНБЕРГ Е.Е. (Воронежский
государственный университет; научный
руководитель - к.ф.н., доц. Щукина Л.С.) -
«Особенности работы с контентом при
формировании личного бренда в соцсети
Instagram».*

14.00 - заседания секций.

Теория и практика журналистики

(<https://us06web.zoom.us/j/88555683784?pwd=Z3VCcm92ZjNqM2RoZ3JvM0E1eEtIUT09>)

Руководитель: к.ф.н. Ю.Н. Мажарина

Участствуют: Виленская К.И., Железнова А.А., Гатилин А.С., Говоров Д.А., Голод А.В., Змеев А.Н., Иноземцева К.А., Ключкина Е.В., Колоскова К.В., Краснова Д.Д., Кудайбергенов М., Левкович В.А., Линник Е.В., Мельник В.А., Назарович О.А., Пискаева В.А., Пономарёв П.А., Репина М.В., Рожков А.А., Самокиша А.Д., Смотров Н.С., Соколова Ю.Д., Фирсова Ю.М., Хворова В.А., Чорная В.В.

Реклама и связи с общественностью

(<https://us04web.zoom.us/j/78954528757?pwd=MWFRRWpXVmo5Wk1XYmVxUENtckRRUT09>)

Руководители: доц. Л.С. Щукина, доц. Е.Б. Курганова

Участствуют: Арриаран П.А., Безрук С.О., Будкевич К.Н., Ватагина А.А., Гаврюшина О.П., Головина А.Р., Гринберг Е.Е., Грось А.И., Захарова А.О., Кобзарева Е.А., Кузнецова А.Р., Кулик С.А., Макарова К.В., Назаренко А.П., Рогозина Е.А., Родригес К.В., Соломонов А.А., Сушкова В.И., Сысоев О.А., Сыч А.В., Тарасова С.А.,

Трекина Е.А., Тринева В.В., Тышкевич М.А., Ходячих Ю.С., Шерне А.С.

История журналистики

(<https://us04web.zoom.us/j/76362970533?pwd=NzcxSk83N2hiSFhVUVlWlSU4yS2F1SUT09>)

Руководитель: доц. Ю.А. Лысякова

Участствуют: Быстрова А.А., Васильева Д.Н., Григор А.О., Комиссарова А.И., Милородов Д.А., Николаева М.Х., Никулина Е.А., Овсейко В.И., Попова А.Ю., Прут М.В., Слабова А.В., Яковлева Д.К.

Интернет-СМИ

(<https://us04web.zoom.us/j/79345435867?pwd=RWJodGN0cFYwcFlESk80KzA0SU9wQT09>)

Руководитель: к.ф.н. Е.В. Тюрина

Участствуют: Аврамова И.А., Акулов Н.А., Алексахина А.С., Андреева А.А., Боброва К.С., Быстрова А.А., Вельгорецкий Р.А., Гореликова В.М., Джуманова Л.Э., Должикова А.Р., Егорова А.Н., Елфимова Д.В., Здвизжко М.А., Зуборева М.Д., Иванов Ю.С., Иванова П.А., Ивашин К.М., Клышникова Ю.А., Колосова А.Д., Копылова М.В., Корявых Н.В., Лавриненко А.А., Луговская Е.А., Марушкина Ю.С., Мендель А.Е., Меркушина Е.А., Мирзоева Д.Б., Нгуен Тхи Лиен, Ромашова А.С., Руденко

А.Е., Семенова Е.А., Семиёшкина У.В., Суханова М.Е., Токарева Е.А., Устелёмов В.А., Фндорова В.Д., Христафоров О.В., Чурсина М.А., Шункова Т.С., Яценко И.С.

Телевидение и радиовещание

(<https://us04web.zoom.us/j/6475271739?pwd=MkNxlhWTHg3TlVBK3NvZGNseE5jdz09>)

Руководитель: доц. М.И. Цуканова

Участствуют: Ананьевский А.И., Андриевич А.П., Бесикеева А.Р., Бражникова С.С., Волкова А.Е., Гашимова Д.С., Геращенко М.С., Гринченко Н.С., Кемалова Арайлым, Ключевская О.С., Косовова М.С., Кубадиева Н.А., Лемзякова А.Ю., Лыкова А.А., Подгузова К.Ю., Сайлау Д.Р., Сержанова Абадан, Сытько В.О., Трубачева Л.В., Чувакин Е.Р., Шеховцова А.В.

Язык и стиль массовой коммуникации

(<https://us04web.zoom.us/j/2285264068?pwd=Q0sybDlsTTk3..>)

Руководитель:

доц. И.В. Хорошунова
Участствуют: Бобрешов Н.А., Журавлев Н.А., Иванова В.С., Марчукова С.С., Осипова Е.А., Яшина Д.Д.

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики

*Посвящается 60-летию
журналистского образования в Воронеже*

ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ

*Материалы Всероссийской научно-практической
конференции аспирантов и студентов
29 октября 2021 г.*

Часть II

Под общей редакцией
профессора В.В. Тулупова

Воронеж

2021



Факультет журналистики ВГУ

*Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов
и студентов 29 октября 2021 г.*

Материалы сборника даны в авторской редакции

© Факультет журналистики ВГУ, 2021.

Доступность. Если говорить о начале популярности телевидения, то следует упомянуть, как большое количество человек собиралось возле экрана одного телевизора в доме. Процесс получения информации был скорее привилегией, нежели нормой. Сегодня Интернет-СМИ доступны каждому.

Возвращение к истокам. Интернет-СМИ способствуют сохранению и продвижению уникальных явлений, языков или культур. Это может помочь развитию давно забытых самобытных вещей. Так, например, в сети можно найти огромное количество информации по изучению такого древнего языка, как латынь. Кроме того, там можно найти цифровые копии конкретных изданий. Интернет позволяет сохранять новости десятилетней и даже вековой давности, предоставляя к ним свободный доступ. Книга может исчезнуть, но то, что было опубликовано в сети, навсегда останется там [2].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать следующий вывод: интернет-СМИ влияют на современное общество как в положительном, так и в отрицательном ключе. Но пока еще не найден способ получения информации, не имеющий минусов. Если сравнивать Интернет с другими способами получения информации, то он является самым эффективным. Интернет меняет традиционные средства информирования, но сохраняет их значимость и позволяет получить знания другим путем [3]. Таким образом, если человек будет правильно подходить к поиску знаний, грамотно распределять время, проведенное в интернете, то данный способ поиска информации будет лишь положительно влиять на его жизнь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социальное значение интернет-журналистики [Электронный ресурс, режим доступа]: <https://moluch.ru/archive/205/50307/>
2. Интернет-СМИ: плюсы и минусы [Электронный ресурс, режим доступа]: <https://tjournal.ru/u/340495-mariya-gavricheva/208856-internet-smi-plyusy-i-minusy>
3. Влияние средств массовой информации на человека [Электронный ресурс, режим доступа]: <https://nsportal.ru/ap/library/nauchno-tekhnicheskoe-tvorchestvo/2021/02/28/issledovatel'skiy-proekt-na-temurol-smi-v>

Устелёмов В.А.

*Санкт-Петербургский государственный университет
(научный руководитель – д.и.н., профессор Воскресенская М.А.)*

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ТРЕНД ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Цифровизация стремительно изменяет систему информационных связей во всех сферах современного общества. 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 массмедиакультуры.

Рост популярности специализированного контента, генерируемого цифровыми медиа, изменяет процесс межкультурной коммуникации, позволяя использовать различные форматы общения. Теперь человек сам является активным участником, производителем и дистрибьютором информации. Благодаря этому увеличивается скорость ее обработки, но снижается глубина восприятия, становится сложно выбрать 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, поисковые системы, мессенджеры и онлайн-поточковые службы, 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. Вартановой, П.Н. Киричека, И.В. Кузнецова, С.А. Михайлова, Г.С. Мельник, А.А. Тертычного, С.Г. Корконосенко и др. [1, с. 141]. Производство информации становится услугой, а сам контент – самым ценным товаром на рынке информационных ресурсов. Приоритет коммерческих интересов над информационными интересами аудитории может повлечь за собой нарушение свободы слова, сокращение плюрализма мнений, чрезмерное лоббирование интересов отдельных социальных групп. Присущее такому процессу перепроизводство новостей зачастую снижает качество информации, формирует благоприятную почву для искажения фактов и распространения недостоверных сведений. Подходящим примером может

выступать распространение стандартов желтой журналистики и фейковых новостей [3, с. 17–18].

Стремительный рост конкуренции 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. Такими свойствами обладают блоги, фоторепортажи, формы опросов, инфографика, лонгриды, слайд-шоу, подкасты, интерактивный телемост, видео- и аудиокомментарии, виртуальные игры [4, с. 6].

Все 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 [5, с. 204].

Выявленные тенденции объясняют характер влияния процессов цифровой глобализации на развитие мировых СМИ [6, с. 75]. Мировому сообществу предстоит внимательно отслеживать постоянно изменяющиеся тренды массмедиа и совершенствовать качество подготовки квалифицированных журналистских кадров, способных вести грамотную информационную политику.

ЛИТЕРАТУРА

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/ – Текст: непосредственный // 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. – 2020. – С. 11–21. – Текст: непосредственный.
4. 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. – Текст: непосредственный // Санкт-Петербург: ФГБОУВО СПбГЭУ, 2016. – 65 с.
5. Плахтий И.С. Развитие медиaprостранства в современном обществе / И.С. Плахтий. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 17 (151). – С. 204–207.
6. URL: <https://moluch.ru/archive/151/42922/> (дата обращения: 15.09.2021).
7. Тенденции развития медиаиндустрии России на современном этапе/Антонова И.М., Елисеева Ю.А. – Текст: непосредственный// Петербургский экономический журнал. 2020. – СПб., С. 73–75.