



# СЕРТИФИКАТ

Настоящим подтверждается, что

**Владислав Устелёмов**

---

принял(а) участие в работе 20-й международной конференции  
«Медиа в современном мире. Молодые исследователи»  
11-12 марта 2021 года

Директор Института «Высшая школа журналистики  
и массовых коммуникаций» СПбГУ

А. С. Пую



[Домашняя страница](#) [Исследователи](#) [Структура](#) [Проекты](#)

[Оборудование](#) ...



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

Владислав Анатольевич Устелёмов

ВМ.5871.2020 Исследовательская журналистика

*Результат исследований: Публикации в книгах, отчётах, сборниках, трудах конференций › тезисы в сборнике материалов конференции › рецензирование*

1

Загрузки  
(Pure)

**Обзор**

Язык оригинала

русский

Название основной публикации

Медиа в современном мире. Молодые исследователи

Подзаголовок основной публикации

материалы 20-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов (11–12 марта 2021 года)

Издатель

Издательство Санкт-Петербургского университета

Состояние

Опубликовано - 11 мая 2021

Событие

20 -я международная конференция студентов, магистрантов, аспирантов "Медиа в современном мире. Молодые исследователи" - Санкт-Петербургский государственный университет,



Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербург, Российская Федерация  
Продолжительность: 11 мая 2021 → 12 мая 2021  
[https://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1618331353\\_4709.pdf](https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1618331353_4709.pdf)

конференция

конференция

20 -я международная конференция студентов, магистрантов, аспирантов "Медиа в современном мире. Молодые исследователи"

Страна/Территория

Российская Федерация

Город

Санкт-Петербург

Период

11/05/21 → 12/05/21

Адрес в сети Интернет

[https://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1618331353\\_4709.pdf](https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1618331353_4709.pdf)

### Ключевые слова

пандемия

Covid-19

цифровая трансформация

СМИ

социальные медиа

коммуникации

сетевое пространство

инфодемия

### Доступ к документу

-  Краткие тезисы\_Устелёмов ВА\_Трансформация коммуникаций в условиях covid19 (1)  
Конечная издательская версия, 351 KB  
Лицензия: Не задано

### Другие файлы и ссылки

-  В сборнике представлены результаты исследований журналистики, связей с общественностью, рекламы и других современных видов массовой коммуникации. Внимание авторов привлекают изменения медиасферы на глобальном и национальном уровне, компаративный, ценностный и жанрово-стилистический анализ актуальной практики СМИ и прикладных коммуникаций. Сборник адресован студентам, магистрантам, аспирантам факультетов журналистики и массовых коммуникаций, а также всем интересующимся развитием мировой и российской журналистской науки.

### Цитировать

APA

Author

BIBTEX

Harvard

Standard

RIS

Vancouver

Устелёмов, В. А. (2021). Трансформация коммуникационных процессов пользователей в сетевом пространстве в период пандемии коронавирусной инфекции. В *Медиа в современном мире. Молодые исследователи: материалы 20-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов (11–12 марта 2021 года)* Издательство Санкт-Петербургского университета.



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики  
и массовых коммуникаций»

**МЕДИА  
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**  
**Молодые  
исследователи**

Материалы  
20-й международной конференции  
студентов, магистрантов и аспирантов

11–12 марта 2021 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2021

ББК 76.01

М42

*Редакционная коллегия: А. А. Малышев (научный редактор), Е. Андрианова, Е. Безручко, А. Ю. Быков, А. Вербина, Д. П. Гавра, М. Гармаза, П. Ю. Гурушкин, В. В. Декалов, А. Дятлова, К. Л. Зуйкина, А. Измайлова, С. Н. Ильченко, Н. Козловская, С. Колпакова, В. В. Коршук, А. Е. Кузьмин, А. М. Кузьмина, К. Кулько, С. В. Курушкин, А. И. Литвинова, Д. Марганова, Л. П. Марьина, К. Науменко, К. Р. Низматуллина, Т. Никипорец, М. Орехова, Н. А. Павлушкина, М. Поликарпова, И. Потапов, А. Романова, К. В. Силантьев, И. И. Скрипюк, С. И. Сметанина, Д. В. Соколова, К. Сорокина, Ю. В. Таранова, А. Фёдорова, О. Г. Филатова, З. Ф. Хубецова, А. Чеснокова, Ди Чэнь, Юй Чэнь, Е. А. Щеглова.*

**Медиа в современном мире. Молодые исследователи** : материалы М42 20-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов (11–12 марта 2021 года) / Под ред. А. А. Малышева. — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2021. — 688 с.

В сборнике представлены результаты исследований журналистики, связей с общественностью, рекламы и других современных видов массовой коммуникации. Внимание авторов привлекают изменения медиасферы на глобальном и национальном уровне, компаративный, ценностный и жанрово-стилистический анализ актуальной практики СМИ и прикладных коммуникаций. Сборник адресован студентам, магистрантам, аспирантам факультетов журналистики и массовых коммуникаций, а также всем интересующимся развитием мировой и российской журналистской науки.

ББК 76.01

© С.-Петерб. гос. ун-т, Институт «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2021

© Авторы сборника, 2021

# СОДЕРЖАНИЕ

## BIG DATA В ПОЛИТИЧЕСКИХ И БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ

- Герасимова Е. А.* Перспективы применения Data-Driven Campaign в России ..... 5
- Квашнева С. В.* Применение технологий Big Data в области инвестор рилейшнз ..... 7
- Комаров А. К.* Человек и Big Data в коммуникационном продвижении медицинских услуг ..... 10
- Мелешко Е. К.* Влияние Big Data на спортивную бизнес-среду ..... 11
- Ретунских Д. В.* Перспективы использования Big Data в коммуникациях российских авиакомпаний ..... 14
- Сорокина К. С.* Управление на основе данных в органах власти ..... 16
- Сотников Е. О.* Big Data в управлении городами ..... 18
- Цзюнь У.* Влияние эпохи Big Data на политическую жизнь ..... 20
- Щербань Н. С.* Big Data как важная составляющая бизнес-коммуникаций государственных корпораций на примере компании «Росатом» ..... 22

## «ВИЗУАЛЬНЫЙ ПОВОРОТ» СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

- Агабаева С. М. Ш., Ханова А. Г.* Инструменты оптимизации деятельности телеканала «Россия 1» в условиях медиаконвергенции ..... 25
- Баландин Г. В.* Приемы визуального креатива в рекламных коммуникациях интертейнмент-проекта «Мир на ощупь» ..... 27
- Болонева В. М.* Научно-популярные видео центров ядерных исследований: структурно-содержательный аспект ..... 30
- Борисенко А. Г.* Современная уличная фотография и ее репрезентация в онлайн-СМИ ..... 32
- Вершинина А. А.* Использование языка танца как средства выразительности в социальных роликах (на примере роликов, опубликованных на видеохостинге Youtube) ..... 34
- Гусева Н. В.* Средства привлечения и удержания внимания в аудиовизуальных сетевых медиа (на примере творчества Леонида Парфенова) ..... 36
- Давиденко Я. О.* Формат комикса как способ трансмедийного повествования ..... 38

## МЕДИАВИРУС: РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕДИА И ИНФОДЕМИЯ

- Колеватова Ю. С.* Инфодемия как вызов для журналистики 2020 года в период пандемии коронавируса ..... 263
- Насонова Ю. В.* Информационные акценты на фоне пандемии в эфире развлекательных радиостанций (на примере «Радио Дача») ..... 265
- Орлов А. В.* Особенности освещения статистических данных по заболеваемости коронавирусной инфекцией на примере Вологодской, Калининградской областей и Республики Карелия ..... 268
- Струбовщикова Д. М.* Дискурс социальной напряженности: этнический фактор ..... 269
- Устелёмов В. А.* Трансформация коммуникационных процессов в сетевом пространстве в период пандемии Covid-19 ..... 272
- Шеховцова К. А.* Медиатизация городских коммуникаций в период пандемии коронавируса. На примере портала Правительства Москвы mos.ru ..... 274

## МЕДИАКУЛЬТУРА ПОКОЛЕНИЙ Y И Z

- Климова Я. В.* Эративное мем-творчество в интернет-коммуникации: воздействующий потенциал ..... 277
- Лещинская Е. В.* Особенности медийной аскетике как феномена цифровой эпохи ..... 279
- Маркович А. Д.* Молодежная проблематика в белорусских общественно-политических СМИ ..... 281

## МЕДИАПРОСТРАНСТВО БОЛЬШОЙ ЕВРАЗИИ

### В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

- Бобров Д. В.* Фейковые новости о политическом кризисе на Украине в российских СМИ: технологии создания и опровержения (2013–2015 гг.) ..... 284
- Ван Ин.* Принципы трансформации бизнес-модели газеты «Жэньминь жибао» ..... 286
- Го Тунци.* Распространение китайской культуры в странах геополитического проекта «Один пояс, один путь» ..... 289
- Лю Юй.* Китайско-японские отношения в освещении китайских СМИ (на материалах «Жэньминь жибао») ..... 290

В. А. Устелёмов

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель д. ист. н., проф. М. А. Воскресенская

## Трансформация коммуникационных процессов в сетевом пространстве в период пандемии COVID-19

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 год.

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.

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 которой 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 проводили время за онлайн-просмотром фильмов, спектаклей 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 за время изоляции составил около 53%.

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 стало 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 на развитие СМИ. Цифровые каналы коммуникации продолжают на-

рашивать аудиторию, а индустрию телевидения и печатных изданий ждет падение спроса и доходов. Но открываются новые возможности досуга, индустрии развлечений. Бурный рост активности и увеличение пользовательского контента в соцсетях повышают ответственность индивидов за цифровую трансформацию общества. Переосмысливая опыт, приобретенный в период пандемии, важно изучать новые тренды, отражающие специфику медиапотребления каналов цифровой коммуникации.

К. А. Шеховцова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова  
Научный руководитель к. филол. н., доц. *Е. С. Кара-Мурза*

## Медиатизация городских коммуникаций в период пандемии коронавируса. На примере портала Правительства Москвы mos.ru

«Медиа» — совокупность технологических средств и приёмов коммуникации. Разные средства коммуникации формируют медиaprостранство, что мы видим и на примере городской среды.

В исследовании мы опирались на концепции медиатизации Е. Л. Вартановой, медиатизации в условиях цифровизации А. Н. Гуреевой, теории медийного города С. Маккуайра. Материалом для исследования стали проекты, запущенные на платформе правительства Москвы в период самоизоляции (март 2020 — май 2020). Методология исследования — наблюдение и анализ использования новых технологий для улучшения коммуникаций в городской среде в нестандартных условиях.

Современный город — это медийно-архитектурный комплекс. Его формирование началось ещё с попыток технической модернизации городов, но по-настоящему развилось с появлением цифровых сетей. Сегодня медиатизация в основном понимается как интеграция медиа в разные сферы общественной жизни