

Устелёмов Владислав Анатольевич

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

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАСФЕРЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

**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

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

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 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 (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 случае манипуляции массовым сознанием. Особенно 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 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 медиaprостранства 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).

## **MEDIASPHERE DEVELOPMENT TRENDS IN THE CONDITIONS OF THE GLOBAL INFORMATION SPACE**

**Annotation.** This article examines the trends accompanying 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, an individual and the state are given. The distinctive properties of 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

Digitalization is rapidly changing the system of information communications in all spheres of modern society. This is most noticeably manifested in journalism, which is becoming the most important method of social communication. An analysis of the processes taking place in the media over the past twenty years makes it possible to single out a number of trends that have a significant impact on the information space of Russia.

First of all, new media formats appear, which is convincingly stated in the scientific works of the researchers of world journalism A.G. Bepalova, E.A. Kornilov, A.P. Korochensky, Yu.V. Luchinsky, A.I. Stanko [1, p. 140] The traditional paper press, radio and television are being replaced by social media, using digital technologies to build new remote channels of communication with the audience. Their characteristic feature is the fusion of methods of providing and transmitting information - verbal text, photography, audio, video, graphics, animation and other forms, which creates an information space for global mass media culture.

The growing popularity of specialized content generated by digital media is changing the process of intercultural communication, allowing the use of various formats of communication. In such a media space, a person is an active participant in the producer and distributor of information. Therefore, the speed of its processing increases, but the depth of perception decreases, it becomes difficult to choose the required array of content. Therefore, the media field is forced to look for innovative ways to transfer such content and interact with its consumers [2, p. 197-198].

The Internet and digital platforms, including social media sites (YouTube and Twitter), search engines (such as Yandex, Baidu Naver), messengers (WeChat,

Viber, WhatsApp, KakaoTalk) and online streaming services (Netflix) have become a convenient channel for communication and information exchange., whose smart algorithms automatically adapt to the individual user. Acting as a universal tool for disseminating mass information, they allow you to provide free access to communication resources and reduce the time and time for learning useful information. Other advantages of new media include a wide audience of users, high speed of information transfer, absence of censorship, variety of forms and types of content provided, as well as the ability to consume it in real time [2, c. 193-194].

The emergence of a variety of new forms of media has led to high competition and commercialization. This trend is clearly reflected in the works of a number of Russian scientists: Ya. N. Zasursky, E.P. Prokhorova, E.L. Vartanova, P.N. Kirichek, I.V. Kuznetsova, S.A. Mikhailova, G.S. Melnik, A.A. Tertychny, S.G. Korkonosenko et al. [3, p.141]. Information production becomes a service, and content becomes the most valuable commodity on the information resource market. This trend can have both positive and negative consequences. Thus, the priority of commercial interests over the information interests of the audience, which may entail a violation of freedom of speech, a reduction in the pluralism of opinions, and excessive lobbying of the interests of certain social groups. In addition, the overproduction of news inherent in such a process often reduces the quality of the information product, makes it difficult to find the value of the content among the "information garbage", and also creates a fertile ground for distorting facts and disseminating inaccurate information. The proliferation of yellow journalism standards, which increases the dominance of entertainment content in the general information flow, would be a pertinent example [4, p. 7].

At the same time, the rapid growth of competition for the attention of the target audience leads to the production of multimedia content that can retain the attention of the audience and at the same time convey the main information in a limited time. The key factor in the perception of information is its clarity, visual display of the surrounding reality, the impact on the feelings and emotions of the audience. Therefore, the mass consumer is increasingly switching to content that does not require long-term comprehension, but is saturated with dynamics and elements of augmented reality [5, p. 7]. Such properties are possessed by blogs, photo reports, survey forms, infographics, long reads, slide shows, podcasts, interactive teleconference, video and audio commentaries, virtual games. This provides an impetus for the development of advertising products and the promotion of various services through new media, but also forces content producers to adapt to the changing preferences of the target audience and focus on popular trends. Following them, the owners of information resources are able to form a conscious model of audience behavior, manage mass demand, predict the nature of content consumption [6, p. 204].

Unfortunately, this situation carries information security risks, increasing the vulnerability of personal data to the general public, as well as in the case of manipulation of the mass consciousness. Fake news, which has become the most

widespread manifestation of information wars, has a particular negative impact on the information space [3, p. 18].

From this we can deduce another current trend - the increasing role of the media in socio-political processes. On the one hand, new, promising opportunities are opening up for lobbying public interests. Independent media are emerging that do not obey the state. On the other hand, this entails increased censorship and control over the officially registered media, which explains their active involvement in solving state problems, including the formation of a position convenient for the authorities among citizens. All this sharply reduces their trust in traditional information resources, spurring the spread of alternative mass media, such as Internet blogs and social networks [3, p. 15]. They are actively gaining ratings and becoming the main source of information, especially for young people.

Realizing the possibility of using information resources to form public opinion among the “generation Z”, the state is striving to increase the volume of multimedia content production, and is also making attempts to adapt traditional media to the new format. As a result, narrow specializations appear within journalism, which allows to quickly prepare a variety of information products that are in demand in a cross-cultural environment. At the same time, for successful work in the media, it becomes important for a journalist to have universal competencies, which allow combining several roles at once. [2, p. 198] In turn, this requires new approaches to educational standards in journalism, the introduction of innovative and interactive teaching methods in higher educational institutions.

Thus, the identified trends explain the nature of the impact of globalization processes on the development of the world media. Of course, this transformation affects not only the media, but other areas related to the conduct of mass communications. And this indicates the need for further study of the processes occurring in the information space. It is obvious that the ongoing changes in it create both new opportunities and pose potential threats due to the growing impact of media content on social institutions and their frequent attempts to interfere with the privacy of citizens [1, p. 143]. Consequently, it is necessary to closely monitor the constantly changing trends of the mass media and improve the quality of training of qualified journalistic personnel who are able to conduct a competent information policy to achieve a positive effect of these trends and prevent their negative consequences for the world community. By combining the efforts of the state, the media and citizens, it is possible to ensure the progressive development of new media that carry promising opportunities for further building social communications for the benefit of humanity.

### *List of references*

1. Kozlov S. G. The main trends in the development of the media in the formation of a global information space // Central Russian Bulletin of Social Sciences № 4, p. 140-144, 2008
2. Biryulin I.V. On the role of new media in the transformation of the information space of Russia / I.V. Biryulin // Bulletin of the Saratov State Law Academy. -Saratov: Saratov State Law Academy .- 2020 .-C. 191-199
3. Zemlyansky A. V. Journalism in 2020-2021: trends // Science and school, no. 3, p. 11 -21., 2020 y.
4. Trends in the development of the media industry in Russia at the present stage / Antonova Irin M., Eliseeva Yu. A. // Petersburg Economic Journal., St. Petersburg., P. 73-75, 2020
5. Media sphere: trends and development prospects: materials of the first-third scientific and practical conferences, February 27, 2014, April 17, 2015, November 19, 2015 / Ed. Dr. sots. Sciences, Assoc. A.A. Markova. - SPb .: FGBOUVO SPbGEU, 2016 .-- 65 p.
6. Plakhtiy, IS Development of media space in modern society / IS Plakhtiy. - Text: direct // Young scientist. - 2017. - No. 17 (151). - S. 204-207. - URL: <https://moluch.ru/archive/151/42922/> (date of access: 15.11.2020).