

Анализ данных трендов позволяет сделать вывод о востребованности, активном развитии и диверсификации просветительского контента в российском сегменте YouTube и предположить, что данные тренды достаточно устойчивы и будут продолжаться еще на протяжении нескольких лет (в случае отсутствия блокировок видеохостинга со стороны государства и иных внешних факторов), усиливая конкуренцию среди контентмейкеров и влияя на содержание, форматы и техническое исполнение просветительского контента в России.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 04.08.2023) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/b819c620a8c698de35861ad4c9d9696ee0c3ee7a/. — Дата доступа: 09.09.2023.
2. Mediascope [Электронный ресурс]: Mediascope представила актуальные тренды медиапотребления на True Digital Day. — Режим доступа: <https://mediascope.net/news/1503475/>. — Дата доступа: 09.09.2023.
3. Mediascope [Электронный ресурс]: Аудитория медиа. — Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qk514gamn101f86r82qt9o9e91fihr/Наталья%20Бороздина_Mediascope_011222.pdf. — Дата доступа: 09.09.2023.
4. Mediascope [Электронный ресурс]: Аудитория медиа. — Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qk514gamn101f86r82qt9o9e91fihr/Наталья%20Бороздина_Mediascope_011222.pdf. — Дата доступа: 09.09.2023.
5. Mediascope [Электронный ресурс]: Медиа 2022: Главные тренды. — Режим доступа: <https://mediascope.net/upload/iblock/1f6/8ha9kkrstxq4eed12mn3p8s6k5sglgnn/Медиа%202022%20День%20Бренда%20Ксения%20Ачкасова.pdf>. — Дата доступа: 09.09.2023.

УДК 316.774

М. М. Несова

2-й курс магистратуры по направлению «Культурология»
НИУ ВШЭ, г. Москва

СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАЛАНДШАФТ И ПРОБЛЕМЫ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ: СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АУДИТОРИИ С КОНТЕНТОМ

Восприятие действительности у аудитории формируется в результате медиапотребления контента, который регулярно проникает в их информационное пространство. В данной работе проанализирована специфика

Секция 4. Система современных медиа

современного медиаландшафта и выявлены основные проблемы медиапотребления, среди которых распространение фейк-ньюс, увеличение пиратского контента и перепотребление информации. Для нивелирования последствий ложных новостей, а также для произведения факт-чекинга контента предложен пошаговый алгоритм.

Сфера воздействия медиа всесторонне затрагивает жизнь каждого индивида. В результате этого процесса формируется медийная экосистема, подразделяющаяся на многочисленные составляющие. В медиаландшафт входят такие элементы, как традиционные СМИ (издания, журналы), индустрия развлечений (фильмы, сериалы, книги и другие произведения массовой культуры), Интернет (Интернет-порталы, социальные сети и мессенджеры), сюда также можно отнести ЛОМов (селебрити, политиков и др.) [1].

Традиционные СМИ являются главными распространителями новостей в обществе. Они пронизывают все сферы общественной жизни и отражают это в актуальной повестке дня. Среди самых популярных — ТВ и печатная пресса. К ним обращаются представители старшего поколения, а также те, кто хочет получить наиболее релевантную и проверенную информацию о событиях. Ведь перед попаданием в крупный источник с большой аудиторией новость тщательно проверяется. Это менее свойственно малоизвестным новостным порталам в Интернете. Лидеры общественного мнения формируют настроения в обществе и влияют на общественное мнение. С помощью известных фигур проводятся рекламные кампании, создаются новостные сюжеты и т. д. Людям легче поверить информации, когда ее им преподносит популярная личность, которую они знают [5]. В Интернет-пространстве общение происходит в социальных сетях, мессенджерах и других онлайн-платформах. Это наиболее растущая и значимая часть медиасреды, в которой происходит коммуникация с индивидами и которая пронизывает все элементы медиаландшафта за исключением традиционных СМИ, не перешедших в цифровое пространство. Также уровень доверия среди молодежи выше именно к Интернет-порталам, нежели к традиционной журналистике. Данные элементы медиаландшафта оказывают воздействие на людей, формируют их ценности и мировоззрение. Кроме того, их влияние особенно возросло в информационном обществе.

В настоящее время в медиапотреблении играют одинаково важную роль как контент, так и средство донесения его до аудитории. Существуют платформы, которыми пользуется определенная аудитория для просмотра контента. Соответственно, контент

подбирается там из расчета интереса для аудитории. Но стоит отметить, что показ контента на площадке, где разместились его потенциальная ЦА, еще не гарантирует успех всего предприятия. Здесь немаловажную роль играет качество контента. Пользующаяся успехом платформа не поможет вывести в топ плохой контент, в то время как качественный продукт может оказаться недооцененным из-за того, что был неправильно размещен.

Одной из основных проблем медиапотребления в современном мире является фейк-ньюс, которые распространяются с громадной скоростью и последствия от которых могут быть катастрофичными. Столь опасно не само их существование, а распространение, ввиду которого они перекрывают достоверные новости, тем самым вводя пользователей в заблуждение [4]. Кроме того, запутанные пользователи сами будут делиться фейковыми новостями со знакомыми или в социальных сетях, что еще больше будет способствовать наведению массовой паники или снабжению недостоверной информацией.

Решением этой проблемы может стать обучение людей критическому мышлению, с помощью которого они могут самостоятельно проанализировать новости на предмет истинности, а не сеять преждевременную панику [2]. Например, с помощью нижеописанных шагов можно произвести факт-чекинг, чтобы проанализировать сообщения на соответствие действительности. Для этого нужно осуществить следующие действия:

1. Рассмотреть источник. В первую очередь узнать его цель и заинтересованность в освещении события с определенной стороны. Также понять: первоисточник это или нет. К первоисточникам больше доверия (при наличии объективных доказательств и незаинтересованности в конкретном событии). Если найти первоисточник не представляется возможным, то необходимо проверить информацию в нескольких источниках. При верификации информации во вторичных источниках стоит иметь в виду следующие моменты:

- разнообразие источников — ключ к успеху. Если учитывать информацию, поступающую только из источников с единой направленностью — нельзя получить достоверную картину мира;
- независимые источники лучше заинтересованных;
- названные источники (эксперты, авторы сообщения, очевидцы) лучше анонимных. Здесь мы видим, на кого ссылается журналист и при желании сможем получить подтверждение или опровержение его слов. Проверить анонимный источник, пусть

даже и «приближенный к властным структурам» на практике крайне сложно, часто невозможно;

– информация от непосредственных участников произошедшего валиднее пересказа событий третьими лицами.

2. Прочитать всю новость целиком. Зачастую выводы о содержании статьи делаются по заголовку, который может выглядеть провокационным и лишь привлечь внимание читателей, при этом содержание статьи опровергает утверждение в заголовке. Такие фейк-ньюс распространяются по вине пользователей, не удосужившихся прочесть статью до конца, основываясь лишь на заголовке.

3. Оценить актуальность новости, проверив дату сообщений. Бывает, что распространяют события, не имеющие отношения к настоящему моменту, выдавая их за происходящее здесь и сейчас. Так обычно происходит с катастрофами, где могут преувеличить их масштаб за счет фотографий, сделанных в другом месте и в другое время.

4. Понять цель данной новости. Распространение фейк-ньюс может происходить и ради шуточных целей, для которых даже существуют специальные сайты, но на подобные новости можно наткнуться не только на них. Всегда проверять на тон статьи и допустимость высказанных предположений.

5. Проверить, влияют ли собственные предубеждения на восприятие ситуации определенным образом. Ввиду собственного небыстрого различия к определенным темам мы можем исказить смысл воспринимаемого сообщения.

6. Для подтверждения или опровержения сообщения спросить эксперта, разбирающегося в данной теме, который сможет прояснить ситуацию.

Для осуществления успешного факт-чекинга необходимо критически мыслить и всегда проверять высказанные автором суждения на истинность, какими бы незначительными они не казались.

Еще одной проблемой в медиасреде является распространение пиратского контента в Интернете. Эта проблема актуальна для всех стран: согласно исследованиям, люди считают, что подписка на сервисы стоит слишком дорого [3]. Поэтому они не желают платить за контент, который они могут найти бесплатно на просторах сети. Это препятствует созданию качественного контента, так как вместо покупки абонемента известного сервиса, пользователи идут на бесплатный пиратский сайт, чтобы посмотреть сериал. Таким образом, стриминговые сервисы и другие платформы, на которых можно посмотреть контент, теряют свою прибыль,

которую они могли бы направить на создание нового контента. Данная проблема обоюдоострая: если все пользователи перейдут на пиратские сайты, некому будет платить сервисам за контент, соответственно и пользователям не будет доступно большое количество нового и качественного контента, и сервисы останутся без прибыли. С другой стороны, текущая ситуация тоже несправедлива: одни пользователи платят за контент, другие смотрят его бесплатно. Однако здесь предусмотрена некая моральная «компенсация» в виде обильной рекламы на пиратских сайтах.

Немаловажной является и проблема перепотребления. Сейчас аудитория пресыщена информацией, которая льется на нас потоком из всех медиа. Если раньше был недостаток знания, то сейчас Интернет перенасыщен информацией по любой теме. И теперь сложности возникают при ее интерпретации и выборе нужного среди аналогов. В таком нескончаемом потоке легко затеряться контент-креаторам, особенно это применимо к начинающим, которым сложно выделиться на общем фоне, даже несмотря на качество их проектов. К тому же аудитории тоже тяжело перерабатывать значительный объем информации, поэтому они выбирают определенные жанры сериалов, музыки или книг для досуга, иногда даже не обращая внимания на новые, постоянно возникающие на рынке. Поэтому новичкам сложно представить свой продукт на рынке и донести его уникальность и качество для потребителей.

Таким образом, был рассмотрен медиаландшафт, который характерен для современного информационного пространства, и выявлены его основные элементы. Также были изучены три основные проблемы медиапотребления: распространение фейк-ньюс, увеличение пиратского контента и перепотребление информации. Кроме того, были даны рекомендации по проверке новостей на соответствие действительности.

Список использованных источников

1. Волков, Д. А. Российский медиаландшафт: основные тенденции использования СМИ / Д. А. Волков, С. В. Гончаров // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. — 2017. — № 1-2 (124). — С. 105-129.

2. Clayton K. et al. Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media / K. Clayton [et al.] // Political behavior. — 2020. — Vol. 42. — P. 1073-1095.

3. Fandom Uncovers Three «Rules of Retention» for Streaming Services in its 2022 State of Streaming Study // Fandom. — Режим доступа: <https://about.fandom.com/news/fandom-uncovers-three-rules-of-retention-for-streaming-services-in-its-2022-state-of-streaming-study>. — Дата доступа: 08.08.2023.

4. Vosoughi S. The spread of true and false news online / S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral // science. — 2018. — Vol. 359. — № 6380. — P. 1146–1151.

5. Zheng H. Analysis on the Role of Opinion Leaders / H. Zheng, P. Song, Y. Zhang // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. — 2022. — № 631.

УДК 051.4

С. В. Хваленя

аспирант каф. редакционно-издательских технологий,
г. Минск, БГТУ

ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ТИПОЛОГИИ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЖУРНАЛОВ

Научно-популярные издания представляют собой публикации, ориентированные на широкую аудиторию и основанные на научных исследованиях. Они направлены на доступное и интересное изложение сложных научных фактов и концепций для широкого круга читателей. Главная цель таких изданий — привлечение внимания общества к важным научным открытиям и достижениям и демонстрация их в понятной и увлекательной форме.

В современной Республике Беларусь научно-популярные журналы занимают важное место в информационной среде, играя значимую роль в процессе популяризации науки и облегчая широкой аудитории доступ к ведущим научным исследованиям страны. Однако до сих пор существует проблема определения самого понятия «научно-популярный журнал» и его различения с близкими «научный журнал», «популярный журнал» (а также выделяемым некоторыми исследователями «научно-познавательный журнал»). То же касается и вопроса типологии данного вида средств массовой информации.

Одними из основных определений, которые в современном научном обществе широко используются для дефиниции научно-популярных изданий, можно считать представленные ниже.

В новом ГОСТ 7.60–2021 «Издания. Основные виды. Термины и определения» дается следующая формулировка: «научно-популярное издание — издание, содержащее сведения о теоретических и (или) экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и техники, изложенные в форме, доступной читателю-неспециалисту» [1, с. 52]. Данный нормативный документ также дает схожее определение конкретно научно-популярного журна-