

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Материалы II Республиканской
научно-практической конференции

Луганск, 18 апреля 2019 г.



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ЛУГАНСКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУ ВПО ЛНР «ЛУГАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО»**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Материалы II Республиканской
научно-практической конференции**

Луганск, 18 апреля 2019 г.



**Луганск
2019**

УДК 316.77:СМИ – 027. 511 (06)
ББК 76.000.0я43
И 74

Рецензенты:

- Перетятая О.С.** – и.о. заведующего кафедрой украинской филологии и издательского дела ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко», кандидат филологических наук, доцент
- Ширина О.С.** – заведующий кафедрой иностранных языков, латинского языка и медицинской терминологии ГУ ЛНР «Луганский государственный университет имени Святителя Луки», кандидат педагогических наук, доцент
- Леоненко А.С.** – доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского», кандидат филологических наук

И 74 **Информационные изменения в эпоху глобализации** : материалы II Республиканской научно-практической конференции (18 апреля 2019 г.) – Луганск : Книта, 2019. – 272 с.

Сборник статей по результатам работы конференции содержит оригинальные материалы ведущих и молодых ученых в области журналистики, рекламы и связей с общественностью, посвященные актуальным проблемам СМИ, связи культурных ценностей и современной журналистики, и функционирования современного медиaprостранства.

Предназначено для студентов высших учебных заведений – будущих работников СМИ, магистрантов, аспирантов и преподавателей высших учебных учреждений.

Под редакцией коллектива авторов

*Печатается по решению Научной комиссии
Луганского национального университета имени Тараса Шевченко
(протокол № 10 от 18 июня 2019 года)*

УДК 316.77:СМИ – 027. 511 (06)
ББК 76.000.0я43

©Коллектив авторов, 2019
©ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Приветственное слово первого проректора ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко» Сорокиной Г.А.....	6
--	----------

СЕКЦИЯ 1

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

Богачева Д.С. Радиоэфир Луганской Народной Республики в современном медиaprостранстве.....	7
Герасимов А.В. Проблемы развития региональных СМИ как базового фактора ориентации населения в современном информационном пространстве.....	12
Иванова Д.К. Проблема поиска источников информации о вооруженном конфликте.....	17
Моисеенко Л.Ю. Особенности воздействия региональной прессы на молодежную аудиторию на примере газеты «Жизнь Луганска».....	22
Переверзова И.А. Стилистические особенности политических фельетонов в газете «Новороссия».....	26
Рудецкий А.Н. Навязывание языковой картины мира как технология манипулятивного воздействия СМИ в контексте информационного противостояния на Донбассе.....	32
Саенко И.В., Скнарина Е.Ю. Типы информационного содержания заметки в прессе Республики.....	37
Юрова С.В. Основные тенденции развития социальной ответственности печатных СМИ.....	44

СЕКЦИЯ 2

РЕКЛАМА И ПИАР: ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ В МЕДИАСФЕРЕ

Васюхник К.С. Особенности разработки концепции фирменного стиля кафе.....	50
Власова Т.В., Куянцева Е.А. Использование манипулятивных политических PR-технологий при конструировании имиджа главы государства (на примере П. Порошенко).....	54
Дыченко К.М. Логотип шоу-рума как инструмент рекламных коммуникаций.....	60
Емченко Н.А. Закономерности формирования современного тренда веб-дизайна.....	63
Каторгина Д.Ю. Создание рекламного текста для издательской продукции.....	68
Литвиненко А.А. Особенности проведения PR-кампаний детских оздоровительных лагерей (на примере ДОЛ «Мультфильм»).....	74
Перепелица О.А. Теория поколений Нила Хоува и Джеймса Штрауса в рекламных текстах.....	79
Петров А.В., Мирошник В.В. Политический имидж государства в	

теоретическом аспекте.....	85
Попова Д.А. Основные составляющие фирменного стиля (на примере хостела «Сова».....	91
Тертычная Т.В. Влияние социальной рекламы на целевую аудиторию.....	96
Третьяченко А.М. Политические пиар-технологии в предвыборной кампании П. Порошенко.....	101
Филипоненко И.М. Противодействие технологиям «черного» PR в условиях вооруженного конфликта в Донбассе (на примере информационно-аналитического проекта «Под прицелом лжи»).....	107
Цымбалюк А.В. «Товарный знак как главный элемент в создании фирменного стиля предприятия».....	114

СЕКЦИЯ 3

ЖУРНАЛИСТИКА И РЕКЛАМА: ПОТЕНЦИАЛ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Мелкумян Н.Н. Функциональные роли блогера в сфере Интернет-СМИ.....	119
Молчанова К.А. Имидж ведущего телепередачи о путешествиях: составляющие успеха.....	124
Савченко А.К. Специфика продвижения спортивных брендов различных видах СМИ.....	130
Филипенко Н.П. Эффективность деятельности блогерской платформы «Макс Парк» и телеканала «Россия-1» в свете доступа к социально-значимой информации.....	136
Чернопищук Н.А. Особенности формирования имиджа руководителя государственного органа в СМИ.....	139

СЕКЦИЯ 4

ЛИТЕРАТУРА И КОММУНИКАЦИИ: ГРАНИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ

Кашеева А.Ю. Фельетон как один из способов отражения действительности в печати.....	142
Макаренко А.А. Текстовые реминисценции и аллюзии в заголовках современных СМИ.....	147
Смольский Д.Я. Научно-популярная журналистика в эпоху глобализации.....	152
Цыганок Е.А. Эвфемизация в отечественных и зарубежных СМИ.....	157
Фоменко В.Г. Урбанистическая литература как составляющая урбанистической культуры.....	161

СЕКЦИЯ 5

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В МЕДИАДИСКУРСЕ

Бутрименко Ю.В. Образ мужчины и женщины в новых медиа: гендерный дискурс.....	164
Васин А.А. Анализ конфликта на Украине в пространстве сети интернет.....	168
Возмитель Н.Ю. Специфика журналистской деятельности в	

условиях гражданского вооруженного конфликта (на примере конфликта на территории Донбасса).....	174
Волобуева А.А. Формирование инновационной культуры будущих журналистов в деятельности конвергентных СМИ.....	179
Дьяченко А.А. Анализ стилистических форм каламбура в современных СМИ.....	185
Дьяченко Ю.А. Проблема журналистской этики в условиях глобализационных изменений в структуре информационного пространства.....	190
Ермишкин М.Ю. Современные тенденции проведения телеинтервью на примере программ «Познер» и «вДудь».....	195
Ивашков П.Ю. Информационные жанры в спортивных традиционных медиа.....	202
Крикун Е.А. Роль и место информационных агентств в современном медиарынке.....	208
Мирошник В.В. Анализ понятия медиакомпетентности в современной науке.....	213
Мирошниченко В.А. Особенности освещения социальной проблематики в современных СМИ.....	219
Муравьева Е.Ю. О некоторых особенностях написания театральной рецензии.....	223
Петрова Е.Н. Трансформация классических жанров фотожурналистики в сетевых ресурсах на примере интернет-издания Life.ru.....	228
Романюк Д.В. Типологические модели конвергентных редакционно-издательских структур.....	232
Рыкова Ю.А. Медицинская метафора в условиях информационной войны: практический аспект.....	237
Серостанова О.Б. Цифровое поколение в эпоху трансформации информационного пространства.....	242
Стрельченко А.В. Женский журнал в отечественной журналистике: исторический аспект.....	246
Толмачева М.Ю. Понятие «заголовков» и его роль в печатных изданиях.....	252
Фролова И.С. Методика проведения журналистского расследования и источники информации	257
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	263

УДК 316.77:СМИ

ЦИФРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ В ЭПОХУ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Серостанова О.Б.

Аннотация: В статье рассматривается вопрос определения особенностей цифрового поколения и предпочтений в медиапотреблении. Делается акцент на рассмотрении основных факторов, способствующих изменению информационного пространства.

Ключевые слова: информационное общество, цифровое общество, цифровые аборигены, цифровые иммигранты, медиапотребление, медиаконтент, массмедиа.

Abstract: The article discusses the issue of determining the features of the digital generation and preferences in media consumption. Emphasis is placed on the consideration of the main factors contributing to changes in the information space.

Key words: information society, digital society, digital natives, digital immigrants, media consumption, media content, mass media.

Мы живем в эпоху трансформации информационного пространства. Данный процесс во многом связан с информатизацией мирового пространства, формированием новых ценностей, предпочтений в потреблении медиаконтента аудиторией. В этом ключе исследование особенностей цифрового общества становится особо актуальным.

Что же является базисом трансформации коммуникации в цифровом обществе? Что объединяет людей на коммуникативном уровне в эпоху всеобщей информатизации?

Изучение информационного общества начинается с 60-х гг. XX века, с появлением самого термина, введенного Фрицем Махлупом [Fritz Machlup] и Юдзиро Хаяши [Yujiro Hayashi] [6]. В целом существует множество неконцептуальных потреблений данного понятия, что порождает огромное количество его толкований.

В частности, Элвин Тоффлер [Alvin Toffler] и Дэниел Белл [Daniel Bell] понимали «информационное общество» исходя из понятия средства коммуникации. Дэниел Белл в работе «Грядущее постиндустриальное общество» отмечал, что в рамках развития третьей технологической революции мы создаем различные социальные матрицы для закрепления технологических преобразований, способствуя тем самым решению возникающих проблем в обществе. Исследователь связывал данную трансформацию общества с 4 основными новациями: замена механических, электрических и электромеханических систем на электронные; миниатюризация; преобразование информации в цифровую форму и появление программного обеспечения [1]. В связи с распространением

данных процессов, во всех сферах жизнедеятельности общества происходят изменения, преобразующие социальные взаимоотношения между людьми. Другими словами, Дэниел Белл акцентирует внимание на формирование общества по принципу социально-технологической организации. Новый образ жизни будущего человека заключается в вытеснении образцов и ценностей индустриальной системы.

Сама концепция информационного общества становится со временем одной из разновидностей теории постиндустриального общества. Главными особенностями информационного общества выступают ценность информационного ресурса и развитие информационной инфраструктуры, позволяющей удовлетворять потребности в информации. Главным критерием социальной дифференциации общества становится знание и умение пользоваться новыми информационно-коммуникативными технологиями.

Проблема формирования информационного общества в настоящий момент является сферой интересов ряда зарубежных и отечественных авторов, таких как Йошита Масуда [Y. Masuda], Юрген Хабермас [Jürgen Habermas], Мануэль Кастельс [Manuel Castells], Маршалл Маклюэн [Marshall McLuhan], Григорий Громов, Татьяна Ершова, Георгий Смолян и др.

Со временем, для более детального осмысления произошедших изменений в эру информации и стало применяться понятие «цифровое общество». Сам термин «цифровое общество» появляется сравнительно недавно, в середине 90-х гг. XX века, как альтернатива понятию «информационное общество», связанному с развитием информационно-компьютерных технологий.

Что же представляет собой современное цифровое поколение?

В настоящий момент существует множество подходов к определению сущности современного потребителя медиаконтента. Остановимся на некоторых из них, интересных с позиции предмета исследования.

В последнее время набирает популярность концепция поколений, сформировавшаяся в 90-е гг. XX века на основе работ Нейла Хоува [Neil Howe] и Уильяма Штрауса [William Strauss]. Исследователи исходили из того, что группы поколений имеют сходные ценности и модели поведения. Они разделяются по принципу источника информации: телевизор, интернет, социальные сети. Исследователи выделили 4 периода, по аналогии с временами года, проживания этих поколений: подъем, пробуждение, спад и кризис. У каждого поколения имеются соответственно собственные архетипы, такие как странник, пророк, герой и художник. Современное поколение медиапотребителей ученые называют термином «миллениалы». Им свойственны такие характерные черты как предприимчивость, многозадачность и общительность [5]. В то же время, данная концепция критикуется за множественные методологические ошибки, связанных с воспроизводством стереотипов.

Американский футуролог Марк Пренски [Prensky] исследуя современного потребителя информации предложил использовать понятие digital natives – «цифровые аборигены». Он определяет их как носителей нового языка цифры, компьютеров, видеоигр и интернета [3, с. 1]. Представители же того времени, которые родились ранее, не в цифровую эпоху, Марк Пренски именует Digital Immigrants – «цифровыми иммигрантами». Цифровой акцент между этими поколениями проявляется на уровне восприятия информации и подходом к ее использованию. Разница между ними продуцирует разрыв в сфере медиаобразования и медиапотребления. Так цифровые аборигены привыкли получать информацию быстро, предпочитая графику тексту, мгновенное удовлетворение потребности и частым вознаграждениям. С цифровыми иммигрантами все наоборот. В будущем Марк Пренски прогнозирует появление human digital – «цифрового человека», способного преодолеть разрыв между цифровыми аборигенами и цифровыми иммигрантами.

Джон Полфрей [Palfrey] и Урс Гассер [Gasser], исследователи Беркманского центра по изучению интернета и общества, также заявил о появлении «цифрового поколения», называя его племенем, «считывающим» информацию из Facebook, навигации по новостным блогам и загрузке подкастов [2, с. 1053]. В то же время авторы указывают на формирование активной информационного позиции цифровых аборигенов и чувстве гражданского долга при условии наличия медиаграмотности. При этом данное поколение ярко демонстрирует противоречие между имущими и неимущими, разрыв между которыми формируется из-за наличия/отсутствия вебдоступа.

Проанализировав теоретические наработки в области исследования цифрового поколения, стоит отметить отсутствие целостного понимания данного термина. В то же время, новые разработки в этой области позволили определить ряд присущих цифровому поколению характеристик, таких как многозадачность, интерактивность, медиаграмотность и т.п. Это поколение стало отражением тех преобразований, которые произошли в последнее время в информационно-коммуникативной сфере.

С одной стороны формируется виртуальная реальность, в рамках которой коммуникация приобретает новые формы, а человек – новый опыт и вариацию форматов общения. Открываются новые возможности развития и преобразование социальной реальности. С другой стороны возникает опасность поглощения виртуальным реальное пространство для обмена и распространения информации, влекущие за собой превращение человека в виртуальный субъект.

Кроме того, неравномерный доступ к информационно-коммуникативным ресурсам порождает вопиющую диспропорциональность в развитии информационного общества, тая в себе также опасность утраты социальной памяти множествами наций и культур. И это есть одним из последствий процесса глобализации, развивающегося под воздействием технологических трансформаций.

Облик современного представителя цифрового поколения представляет субъекта, владеющего основами производства, распространения, обмена и хранения информации как главного ресурса. Имея доступ к интернету современное цифровое поколение способно формировать открытые площадки для обсуждения социально-значимых проблем общества. Речь идет о социальных медиа, как группе интернет-приложений, имеющих идеологическое и технологическое основание Web 2.0 [4, с. 142]. Социальные медиа способны формировать активную гражданскую позицию цифрового человека.

Таким образом, информационные преобразования привели к переменам в социальной, культурной, экономической и политической сферах общественной жизни. Мы становимся свидетелями всеобщей информатизации и компьютеризации, открывающим возможности в дальнейшей эволюции коммуникации. В то же время, данные процессы сказываются на уровне ценностно-нормативных ориентиров общества и культуре личности.

Литература

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования/ Пер. С англ. под ред В.Л. Иноземцева. – М., 2001 [Электронный ресурс] // Книгогид. URL: <https://knigogid.ru/books/484415-gryaduschee-postindustrialnoe-obschestvo/toread> (дата обращения 30.03.2019).
2. Palfrey J., Gasser U. (2008) Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives. *International Journal of Communication* 4 (2010): 1051–1055. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/950/474> (дата обращения: 29.03.2019)
3. Prensky M. (2001) Digital natives, digital immigrants. *Horizon* 9 (5): 1–6. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (дата обращения 29.03.2019)
4. Серостанова О.Б. Влияние социальных медиа на развитие народной дипломатии в мире// Донбасс в центре геополитических трансформаций: материалы Международного научно-практического форума. Луганск: Книта, 2019. – С. 141-145.
5. X, Y, Z: теории поколений в России [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://newtonew.com/science/x-y-z-teorii-pokoleniy-v-rossii> (дата обращения 30.03.2019).
6. Юрикова С.А. Философские проблемы техники и информационного общества : учебное пособие / С.А. Юрикова. – Орел : Орловский государственный институт искусств и культуры, 2012. – 106 с. [Электронный ресурс]// Универсальная библиотека онлайн. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276212> (дата обращения 30.03.2019).

Научное издание

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ
В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Материалы II Республиканской
научно-практической конференции**

**18 апреля 2019 г.,
г. Луганск**

Редакция оставляет за собой право технического и стилистического редактирования статей. Авторы статей несут полную ответственность за содержание статьи.

*Под редакцией коллектива авторов
Ответственный за выпуск сборника – В.В. Мирошник
Дизайн обложки – В.В. Мирошник
Верстка – В.В. Мирошник*

Подписано в печать 12.09.2019. Бумага офсетная.
Гарнитура Times New Roman. Печать ризографическая.
Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 15,81. Тираж 100 экз. Заказ № 66.

Издатель

**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»
«Книга»**

ул. Оборонная, 2, г. Луганск, 91011. Т/ф: (0642) 58-03-20
e-mail: knitaizd@mail.ru